

## OTURUM 3

### **Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve KOBİ'ler: Fırsat mı; yoksa lüks mü?**

**9 Nisan 2009, Perşembe, 16:15 – 18:15**

*Bu özet belge genel itibarıyla, konferansın bu oturumunda yer alacak tartışmaların geniş kapsamına ve oturum yapısının ayrıntılarına ilişkin saygıdeğer katılımcıları bilgilendirme amacını taşımaktadır. Belge önerilen konuya yönelik bazı anahtar kelimelerin yanı sıra genel bir çerçeveyi ortaya koyarken, münazaraların tonunu ayarlamayı da hedeflemektedir.*

*Saygıdeğer katılımcılardan, oturum esnasındaki müdahalelerinin yapısını yönlendirmek üzere, aşağıda önerilen konu başlıklarına bir destek olarak başvurmaktan çekinmemelerini rica ederiz.*

#### **Ayrıntılı Program**

**Oturum moderatörü:** Dünya Gazetesi (İsim Teyit Edilecektir)

115.00 – 16.45 **Oturum Başkanı**

**Pierre JACQUET, AFD Baş Ekonomisti**

16.45 – 18.15 **Yuvarlak Masa/ İzleyicilerle Etkileşim**

- KOBİ'ler için Uluslararası CSR deneyimi

**Alex MacGillivray** AccountAbility Programları Başkanı

**Mikael P. Henzler**, Adelphi Başkanı: KOBİ'ler için Sürdürülebilirlik Yönetimi

- Türkiye'deki Durum:

**Melsa Ararat**, Direktör ve Öğretim Üyesi, Türkiye Kurumsal Yönetişim Forumu, Sabancı Üniversitesi

- Bankacılık Sektöründe CSR

**Turgut Boz**, Ticari Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı, TEB (Türk Ekonomi Bankası)

Bir Türk KOBİ'sinin CEO'su : örnek vaka incelemesi

#### **Önerilen Oturum Formatı:**

**Oturumun yapısı aşağıdaki şekilde olacaktır:**

Oturum başkanının, önerilen konuya ilişkin genel meselelere değinen ve aşağıda kısaca detaylandırılan sunumu. Bu sunum 30 dakika ile sınırlıdır.

Sunumu, bir buçuk saatlik bir Yuvarlak Masa toplantısı izleyecek olup, bu toplantılarda davetli konuşmacılar aşağıdakileri gerçekleştirme fırsatını bulacaktır:

- Tartışılan konuya ilişkin deneyimlerini ve bakış açılarını sunmak suretiyle münazaraya katkıda bulunmak;

- Toplantı başkanının sunumunu takip edecek olan ve profesyonel bir medya sunucusu tarafından idare edilen tartışmaya katılmak. Tartışma büyük ölçüde aşağıda ayrıntıları belirtilen konularla aynı doğrultuda olacaktır.

- Yuvarlak Masa toplantısının tamamı boyunca izleyici kitlesiyle etkileşim kurabilmek.

## **Önemli:**

***Bu oturumun ikinci bölümü başkanlık edilen bir Yuvarlak Masa toplantısından ibarettir. Dolayısıyla, davetli konuşmacıların sunumlarının her birinin 5 dakikalık bir süreyi aşmaması gerektiğini dikkatinize sunarız.***

## **Pratik Konular:**

Panel katılımcıları tarafından çeşitli destek araçları (kısa medya sunumları, PowerPoint slayt gösterisi, vb.) sağlanabilir. Lütfen daha fazla bilgi edinmek üzere bizlerle iletişime geçmekten çekinmeyin. Ancak, belgelerin İngilizce olması gerektiğine dikkatinizi çekmek isteriz.

Yuvarlak Masa Tartışmalarının yanı sıra, sunumlar da İngilizce yapılmalıdır. İngilizce'den Türkçe'ye simültane tercüme yapılacaktır.

Saygıdeğer katılımcılarımız, oturumdan önce izleyicilerle birlikte öğle yemeğine davetlidir. Her bir panel katılımcısı kendine tahsis edilmiş bir masaya başkanlık edecektir. İzleyiciler masalarını panel katılımcısının sunduğu konuya göre seçecektir.

## **Önemli:**

***Her bir panel katılımcısının etkinliği düzenleyenlere konferanstan önce, aşağıdaki bilgileri içeren ve iki Word sayfasını aşmayan kısa bir hatırlatma notu vermesi gerektiğine dikkatinizi çekeriz:***

- Panel katılımcısına ilişkin kısa bilgiler (kişisel bilgiler, ele alınan faaliyet alanındaki deneyimi). Bu bilgiler, program dahilinde sadece konferansa yönelik amaçlarla ve oturum sırasında panel katılımcısını tanıtmak üzere kullanılacaktır.

- Panelistin, önerilen meseleler, daha belirgin bir biçimde detaylandırmak istediği konular, bahsetmek istediği örnek iş vakaları, deneyimler ve en iyi uygulamalara ilişkin durumu. Bu bölüm etkinliği organize edenlere yönelik olup YAYINLANMAYACAKTIR.

## **Konferansın hedef kitlesi:**

- Türkiye'deki KOBİ'ler
- Akdeniz'in ve diğer kalkınan ülkelerin KOBİ'leri
- Türkiye pazarıyla ilgilenen bankalar ve Kalkınma Bankaları
- Ticari birlikler, Sanayi Bölgeleri ve Ticaret Odalar
- İhracat kredisi sigortası ve Risk Sermayesi şirketleri
- Türkiye yetkili makamları (Maliye Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, Devlet Planlama Teşkilatı, Merkez Bankası, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı gibi)
- Yerel ve Uluslararası Medya

## **Önerilen Oturum Kapsamı**

*Konferans iş camiasına yönelik olup, KOBİ kalkınmasına ilişkin en iyi uygulamalara, finansman fırsatlarına, yenilik ve trendlere hitap edecek şekilde tasarlanmıştır.*

*Bu oturum, CSR beyin takımı, KOBİ'ler, bankalar ve DFI'ler (Kalkınma Finans Kurumları) arasındaki fikir alışverişinin yanı sıra, KOBİ'lere uygulanan başarılı CSR süreçlerinden örnekler aracılığıyla konuya ilişkin anlayış kazandıracaktır.*

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (CSR) evrim geçirmekte olan bir kavramdır. Avrupa Birliği CSR'yi "şirketlerin ticari faaliyetlerindeki ve paydaşları ile etkileşimlerindeki sosyal ve çevreye ilişkin meseleleri gönüllülük esasında entegre etmelerine yönelik bir kavram" olarak tanımlamaktadır. Kavram, küresel anlamda, insan kaynakları yönetimi gibi dahili sosyal yönlerden, çevreye ilişkin boyut da dahil olmak üzere harici sosyal meselelere kadar uzanan 'sürdürülebilir gelişme'ye, şirketlerin katkısına atıfta bulunmaktadır. Yalnızca ekonomistin bakış açısıyla bakıldığında, firmanın karlarının toplumun yararına kasıtlı olarak tahsis edilmesidir. Ancak bu görüş, çok kısıtlayıcı olur. Yakın zamanlı iş araştırmaları, CSR'yi firma açısından - toplumun gelecekteki talebinin önceden tahmin edilmesine olanak tanıyan- temel bir strateji olarak görme eğilimindedir.

Temel prensiplerin ve araçların çoğu büyük şirketler tarafından, kendi bağlamlarında ve kendileri için geliştirilmiş bulunmaktadır. Gerçekten de, KOBİ'ler daha büyük işletmelerden farklı özelliklere ve genel itibarıyla daha kısıtlı kaynaklara (örn., mülkiyet, kendi çevreleri/topluluklarıyla ilişkileri, kaynaklar, iş yapma biçimleri, vb. olarak); dolayısıyla da, daha zorlu rekabet koşullarına sahiptir.

CSR prensibi küçük ve orta ölçekli işletmeler için nasıl geçerli olmaktadır? Bu firmaların CSR prensiplerini uygulamaya koymak için belli yolları ve nedenleri mevcut mudur? Yakın zamana kadar, özellikle kalkınmakta olan ülkelerde olmak üzere hakim olan düşünce, CSR'nin KOBİ'ler için geçerli olmadığı veya bu işletmeler için maliyet etkinliğine odaklı tedarik zincirlerinde taşınması gereksiz bir yük olduğu yönünde olmuştur. Bununla birlikte, bazı uluslararası skandalların ardından çokuluslu şirketler CSR standartlarına daha fazla dikkat etmeye; KOBİ'ler ise, daha büyük işletmeler nezdinde tedarikçi vasfını kazanabilmek üzere CSR prensiplerini benimsemeye başlamış bulunmaktadır ("tedarik zinciri etkisi"). Daha genel olarak, KOBİ'lerin CSR'den fayda sağlaması mümkündür.

### 1° - Oturum başkanının sunumu:

**Oturum başkanı Pierre JACQUET**, Kurumsal Sosyal Sorumluluk üzerine birleşimli bir görüş sunacaktır. Jacquet, özellikle aşağıdaki soruları ele alacaktır:

Yöneticiler, resmi görevliler ve akademisyenler CSR kavramı üzerine hatırı sayılır bir dikkatle eğilmektedir. Firmalar ve özellikle KOBİ'ler, düzenlemeler veya uluslararası standartlar veya pazarlama ve iletişim amaçları doğrultusunda hareket etmenin ötesinde, çevrenin korunmasına kaynak tahsis etmek, çalışanlarının durumunu iyileştirmek ve firmanın en yakın çevresi üzerindeki etkisini daha iyi hale getirmek üzere ek ahlaki ve sosyal sorumluluk taşımakta mıdır?

- Firmaların, toplumun menfaati için karlardan ödün verme nosyonu konusunda ne düşünmeliyiz?

Paydaşlarına/şirketin sahiplerine olan güvene dayalı sorumluluklarının kapsamı dahilinde böyle yapıyor olabilirler mi?

- Bunu sürdürülebilir esaslı yapabilirler mi; yoksa, rekabete dayalı pazarın zorlamasıyla bu gibi çabalar ve bu çabaların etkisi en iyi durumda geçici kılınarak, ekonomik yavaşlamanın ilk işaretleriyle birlikte ortadan kayıp mı olacaktır?

- Gerçekte firmalar, sık sık veya en azından bazen böyle davranarak, örneğin bilerek çevrenin kahyası kesilmek suretiyle karlarını mı düşürüyorlar?

- Ve son olarak, firmalar kardan ödün verici böylesi faaliyetler sürdürmeli midir; diğer bir deyişle, bu sosyal kaynakların verimli kullanılması anlamına gelmekte midir?<sup>1</sup>

*Bu sunumu, davetli konuşmacıların her birinden alınan hatırlatma notlarını da dikkate almak suretiyle düzenlenen bir Yuvarlak Masa toplantısı izleyecektir. Başkanların sunumlarına verilecek karşılıklar, aşağıda ayrıntıları verilen konulara yönelik açıklamalarla tamamlanacaktır.*

*Davetli konuşmacı kendi konusunun elçisi olacaktır; ancak, diğer konuşmacılar hatırlatma notlarında konu edildiği şekilde konuşma fırsatına sahip olacaktır. Moderatör tartışmayı düzenleyecek ve canlandıracaktır.*

### 2° - Yuvarlak Masa ve izleyicilerle etkileşim

#### a. KOBİ'ler için Uluslararası CSR deneyimi

*Davetli konuşmacı: Alex MacGillivray* AccountAbility 21 ve *Mikael P. Henzler*, Adelphi

Geçtiğimiz on beş yıl, ahlak kuralları, prensipler, kılavuzlar, standartlar ve daha niceleri gibi kurumsal sorumluluk araçlarında sıradışı bir yaygınlaşmaya tanık olmuştur. Ancak, CSR uygulamalarının ülkeler bazında karşılaştırılmasındaki bir zorluk, CSR çatısı altına dahil edilecek konu başlıklarına ilişkin bir anlaşmanın ve daha da önemlisi, genel bir standardın olmamasıdır.

CSR bakımından uluslararası referans kriterleri öneren kuruluşların sayısında bir artış görülmektedir: Bunlar arasında, AccountAbility 1000 Güvence Standardı (AA1000), Ceres & Equator Prensipleri, **Maden Çıkarma** Sanayileri Şeffaflık Girişimi (EITI), Küresel Raporlama Girişimi (GRI), Sera Gazı Protokolü (GHG) Protokolü, ILO Bildirgesi, ISO 14000, MacBride Prensipleri, OECD Rehberi, Sosyal Sorumluluk 8000 (SA8000), Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (GC), BM Normları, Evrensel İnsan Hakları Bildirgesi (UDHR) bulunmaktadır.

<sup>1</sup> Forest L. Reinhard, Robert N. Stavins ve Richard H.K. Vietor (2008), "Corporate Social Responsibility through an Economic Lens - Ekonomi Merceğinden Kurumsal Sosyal Sorumluluk", 43 sayılı Working Paper, Harvard Business School;

İşadamları için, özellikle de KOBİ'ler için bu standartlar arasında yolunu bulmak hiç de kolay olmamaktadır. Ancak, tedarik zincirleri CSR uygulamalarına hız katmaktadır. Yukarıdan gelen talep dolayısıyla CSR görünür bir biçimde KOBİ'ler düzeyine doğru yayılmaktadır.

- CSR meselesinde KOBİ'lerin yeri var mıdır; yoksa, bu konu başlığı zengin çokuluslu ve görünür şirketlere mi yöneliktir?
- Küresel ölçekte KOBİ'ler arasında sorumlu işletme öncüleri kimlerdir? Bunu nasıl gerçekleştirdiler ve konuya dahil olmalarından ötürü gördükleri semere nedir?
- Uluslararası rekabet, dünyanın her yerindeki işletmeleri ulusal düzenlemelerin ötesine geçmeye teşvik ediyor. Ancak CSR halen kurumların gönüllü bir tavır içerisinde olmasını çağırıyor. Dünyanın her yerindeki KOBİ'ler için, sorumlu olarak nitelendirilmek açısından kolay uygulanan ve en çok kabul görmüş standart kurallar nelerdir?
- Tedarik zincirlerinin CSR'nin yayılması açısından hızlandırıcı unsur olarak hareket ettiklerine ilişkin doğrulanmış kanıtlar mevcut mudur? KOBİ'ler Avrupalı ve Kuzey Amerikalı müşterileriyle çalışarak CSR uygulaması bakımından daha yüksek standartlar geliştiriyorlar mı?
- CSR ekonomik kalkınmaya ve yeniliğe uzanan bir yol mudur? Diğer bir deyişle, bir KOBİ CSR'nin ana büyüme stratejisinin bir parçası haline gelmesini nasıl sağlayabilir?
- Ekonomik faaliyetin hangi sektörlerinde KOBİ'ler CSR ile öncül olarak daha fazla ilgilidir?
- "CSR'yi uygulamış olan" birçok KOBİ, dahili, harici ve çevreye ilişkin sorumluluk uygulamalarını birbirinden ayırmıştır. Bu ayırım muhafaza edilmeli midir veya muhafaza edilebilir mi?

## **b. Türkiye'de CSR'nin Yükselişi: Kalıcı bir trend mi; yoksa saman alevi mi?**

*Davetli Konuşmacı: Melsa Ararat, Direktör ve Öğretim Üyesi ve Turgut Boz, Ticari Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı, TEB.*

*Oturum sırasında kısa bir film gösterilecektir: "Bir Türk Randevusu", AFD, 2007*

2006 yılında yayınlanan bir OECD anketine göre, Türkiye'de kurumsal yönetim giderek iyileşmektedir; ülke bu bakımdan sıkı düzenlemelere sahiptir. Borsada işlem gören şirketler tarafından sağlanan bilgiler giderek iyileşmekte, uluslararası muhasebe ve denetim standartları uygulamaya koyulmaktadır.

Ancak, başka birtakım ülkelerde de olduğu gibi, raporlama zorunlu değildir. CSR'nin göreceli başarısı, ilerleme kaydeden mevzuattan, ama daha da önemlisi Türkiye'nin uluslararası ticaret ve üretim zincirlerine hızlı entegrasyonundan kaynaklanıyor olabilir.

- Asıl mesele, CSR konularındaki bu yükselişin kalıcı bir trend olup olmadığı; veya, CSR ile maliyet etkinliği arasındaki ihtilafın varlığını sürdürüp sürdürmeyeceğinin anlaşılmasıdır. Diğer bir deyişle, CSR Türkiye firmaları tarafından yavaşça entegre mi edilmektedir; yoksa, halen esasen harici taleple mi sevk edilmektedir?
- Çapraz hissedarlığı olan çok sayıdaki aile işletmesi Türkiye'de CSR konularının yükselişini aksatmakta mıdır?
- Türkiye'deki kurumsal insancılık kültürü, CSR'nin ifade ettiği olguyla nasıl karşılaştırılabilir? Bu kavramlar üst üste binmekte midir? Eğer böyle değilse, kurumsal insancılık CSR'nin Türkiye'deki ilerlemesinin önünde bir engel teşkil edebilir mi?
- Kalkınmakta olan ekonomilerdeki işletmeler sorumluluk taşımaya başladıklarında baş edilmesi gereken belli meseleler mevcut mudur? Türkiye'de CSR bakımından en iyi uygulamalar nelerdir?
- Türkiye şirketlerinin ve özellikle KOBİ'lerin belli dezavantajları nelerdir ve bu duruma çare bulmak için ne yapabilirler?
- Ortakların, örneğin KOBİ'lere mali olmayan hizmetler sağlayan bankaların, CSR'nin bünyeye dahil edilmesindeki rolü nedir? TEB gibi bir mali kurum CSR kavramlarını bünyesine nasıl dahil etti ve müşterisi olan KOBİ'lerin farkındalığını artırmayı nasıl başardı?

**Örnek vaka incelemesi:** Bir Türk KOBİ'si – En sorumlu kurumsal vatandaş