

# Küçük ve Orta Boy İşletmeler için Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Giriş



Avrupa Komisyonu  
Girişim Genel Direktörlüğü

*Bu rehber, Avrupa Komisyonu'nun İşletmeler Genel Direktörlüğü'nün bir girişimi olan Avrupa yanlısı Bilinçliliği artırma kampanyasının bir parçası olarak hazırlanmıştır.*



Bu belge, "Özellikle Küçük ve Orta Boy İşletmelerde (KOBİ) Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilincini Geliştirme" başlıklı AB projesinin bir parçası olarak hazırlanmıştır.

Meşgul bir işletmeci olarak, şirketinizin uzun vadeli rekabet gücünü ve sürekliliğini nasıl sağlayabilirsiniz? Müşterilerinize hizmet ederek ve yeni müşteriler edinerek, yeni ürünler ve hizmetler geliştirerek, ve –her şeyden önemlisi– kârlılığı sürdürerek. Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) –ya da bizim burada kullanacağımız terimle sorumlu işletmecilik– tüm bu hedeflere ulaşmanıza katkıda bulunabilir.

"Sorumlu işletmecilik" terimi, sosyal ve çevresel konuları şirketin faaliyetlerinin bir parçası haline getirerek o şirketin ekonomik başarısını sağlamak anlamında kullanılıyor. Başka bir deyişle, müşterilerinizin taleplerini karşılarken aynı zamanda diğer insanların, örneğin çalışanlarınızın, tedarikçilerinizin ve bir parçası olduğunuz toplumun beklentilerine de cevap vermek anlamına geliyor. Topluma olumlu yönde katkıda bulunmayı ve şirketinizin çevre üzerindeki etkilerini yönetmeyi ifade ediyor. Şirketiniz bu yolla doğrudan faydalar elde edebilir ve uzun vadeli rekabet gücünü güvence altına alabilir.

### 1. Neden Sorumlu bir işletmeci olmalısınız?

Sorumlu işletmecilik, esas itibariyle, iyi bir imaj yaratarak ve gerek çalışanlarınızın gerek şirketinizle ilişki içinde olan diğer insanların güvenini kazanarak ekonomik başarınızı sürdürmek ve rekabet avantajı kazanmak demektir. Müşterilerinizin beklentisi, kaliteli ürün ve hizmetleriyle tanınan güvenilir bir tedarikçiyle çalışmaktır. Tedarikçilerinizin beklentisi, yeniden alım talebinde bulunan ve ödemelerini düzenli yapan bir müşteriyle çalışmaktır. Yerel halkın beklentisi, şirketinizin sosyal ve çevresel açıdan sorumlu bir şekilde çalıştığından emin olmaktır. Ve son olarak, çalışanlarınızın beklentisi, gurur duydukları ve katkılarına değer verdiğini bildikleri bir şirkette çalışmaktır.

Sorumlu işletmecilik yeni bir şey değil; insanlığın ticarete başladığı günden bu yana çoğu ticari girişim, özellikle de küçük ölçekli olanları, içinde yaşadıkları toplulukla yakın temas içinde oldular ve iyi birer kurumsal yurttaş olmaya gayret gösterdiler. Çoğu işletmeci, "doğru olanı yapmanın", yani müşterilere hizmet etmenin, çalışanların moral durumuna önem vermenin, tedarikçileri

desteklemenin, iyi bir komşu olmanın ve çevreyi korumanın ticari açıdan mantıklı olduğunu zaten sezgisel olarak bilmekte. Son yıllarda, müşterilerden, yerel halktan, denetim mercilerinden, bankalardan, kredi veren kuruluşlardan ve sigortacılar gelen baskılar da şirketlerin sorumlu işletmeciliğe yönelmesini sağlıyor.

Şirketler, rekabet güçlerini korumak için, bir parçası oldukları pazardan ve toplumdan gelen bu yeni taleplere uyum sağlayabilecek durumda olmak zorundalar. Çoğu küçük ve orta boy işletme (KOBİ), esnek ve kişisel bir yapıda olmaları sayesinde, bu değişimlere derhal cevap verebiliyor, çünkü pazardaki fırsatlardan birçok büyük şirkete göre daha kolay haberdar oluyor ve yararlanabiliyor. Bu kılavuzda birçok örnek durum incelemesi, yani başarılı sorumlu işletmecilik politikaları yürüten gerçek küçük boy işletmelerden örnekler yer alıyor. Temizliğin çevreye daha duyarlı bir biçimde yapılması yönünde artan taleplere cevap vermek amacıyla yeni hizmet ve ürünler geliştiren Alman endüstriyel temizlik şirketi Lippemeier bunun çok güzel bir örneği.

## 2. Sorumlu işletmecilik uygulamada ne ifade ediyor?

Sorumlu işletmecilik, sosyal ve çevresel meseleleri ticari faaliyetlerin bir parçası haline getirmek için eyleme geçmeyi gerektirir. Bu sorunları ilk kez ele alıyorsanız, küçük sorunlardan başlamak, öncelikle şirketiniz için acil önem taşıyan ve çözebileceğinizden emin olduğunuz sorunlar üzerinde odaklanmak yerinde olacaktır. Başkalarını yaptıklarınızdan haberdar etmeyi de unutmayın (bkz. İletişim Kılavuzu)!

Örneğin, şirketiniz, sadece şirket için değil çalışanlar için de yararlı olacak eğitimler yoluyla çalışanlarına yatırım yapabilir. Ya da, Slovenya'daki yatak üreticisi Meblo Jogi'nin yaptığı gibi (bkz. örnek durum incelemeleri) çalışanların refahı açısından daha iyi koşullar yaratabilirsiniz. Meblo Jogi, başarıya, çalışanlara işlerinin ne kadar önemli olduğunu anlamalarını sağlayarak ve onların ihtiyaçlarına kulak vererek ulaşılabileceğini fark eden bir şirket. Bu çabalar, çalışanların şirkette kalma oranını artırdı ve şirket kadınlara önem verilen uygulamaları için özel bir ödüle layık görüldü.

Şirketiniz yardım faaliyetlerine de destek verebilir ve çalışanlarını yerel halkın düzenlediği etkinliklere gönüllü olarak katılmaya teşvik edebilir. Birleşik Krallık merkezli Hanley Economical Building Society'nin kendi bölgesindeki sosyal projelerin sponsorluğunu üstlenmeye ve bunlara ortak olmaya verdiği önem, ticari hedeflerinin vazgeçilmez bir unsurunu oluşturuyor (bkz. örnek durum incelemeleri). Hanley'nin şirketin kârlılığı ile yerel halkın refahı arasında gördüğü

açık ve net bağlantıdan, başka şirketler de kendilerine ders çıkarabilirler.

Şirketiniz, iş ilişkilerinin yanı sıra komşularıyla, yerel halk örgütleriyle ve resmi mercilerle ilişkilerini nasıl yöneteceğini de gözden geçirebilir. Küçük şirketler genellikle bu ilişkileri büyük bir başarıyla yönetebilirler, çünkü ticari faaliyetleri hizmet verdikleri topluluğun görünür bir parçasıdır. Belçika'da üç çalışanıyla faaliyet gösteren kahve kavurma tesisi Koffie Kàn, halkla içiçe olmanın ve ilişki kurmanın gücünü çok iyi ortaya koyuyor. Koffie Kàn iyi bir komşu ve köy yaşamının bir parçası olmaya büyük önem veriyor ve bunun şirketin ekonomik başarısında yadsınamayacak kadar büyük bir rol oynuyor.

Şirketiniz çevrenin korunmasına katkıda bulunmak için de eyleme geçebilir. Enerji verimliliği, kirliliğin önlenmesi, atıkların asgari düzeye indirilmesi ve geri dönüşüm, maliyet tasarrufu sağlayarak şirketin mali durumuna katkıda bulunabilir. Bu tür önlemler, halk, denetim mercileri ve diğer resmi mercilerle ilişkilerin iyileştirilmesine de yardımcı olabilir. Bu yolla "çevre ile dost" tedarikçiler arayan müşterilere de ulaşılabilir ve yeni iş fırsatları yaratılmış olur. Yine örnek durum incelemelerinde yer verdiğimiz Macar şirketi Telvill KFT bu gerçeği kavradı ve şirketin bir çevre yönetim sistemi standardı olan ISO 14001 sertifikasını alması, müşteri sadakati ve memnuniyetinde artış sağlayarak bazı somut ticari faydalar getirdi.

Bütün bu meseleleri aynı anda ele almak gerekmiyor. Girişimleri öncelik sırasına sokmak ve çabalarınızı şirketinizin amaç ve hedefleri açısından en çok önem taşıyan konular üzerinde yoğunlaştırmak muhtemelen daha iyi sonuçlar getirecektir. İlk girişimlerinizin faydalarını gördükçe bunlara yenilerini eklemeniz daima mümkün.

İsterseniz sorumlu faaliyet uygulamalarını teşvik etmek için diğer kuruluşlarla ve şirketlerle birlikte de çalışabilirsiniz. Örneğin, devletin ya da yerel idarelerin yürüttüğü bir projeye katılabilirsiniz ya da

sorumlu işletmeciliğe özel bir önem veren bir ticaret birliğine üye olabilirsiniz. Ya da belirli KSS projeleri yürütmek için diğer şirketlerle, örneğin tedarikçilerinizle işbirliğine gidebilirsiniz. Bu tür girişimlerin birçoğu şirkete hiçbir maliyet getirmez ya da son derece küçük maliyetler getirir. Belli bir maliyetin söz konusu olduğu durumlarda da, titiz bir hedefleme ve yönetim çalışması yapılarak, olumlu tanıtım, çalışanın moral durumunda iyileşme, şirketin imajının iyileşmesi ve yeni pazarlara erişim yoluyla bu yatırımdan önemli getiriler elde etmek mümkün olacaktır.

### 3. Sorumlu İşletmecilik: Örnek Durum İncelemeleri

Bir sonraki bölümde, Avrupa'nın çeşitli yerlerinde faaliyet gösteren ve KSS'yi başarıyla günlük faaliyetlerinin bir parçası haline getiren on örnek KOBİ incelenecek. Bu incelemeler, şirketlerin sorumlu işletmeciliği ne kadar farklı şekillerde uygulayabileceklerini ve ondan yarar sağlayabileceklerini gösteriyor.

## 4. Bilgi Kaynakları

Aşağıdaki kaynaklardan KSS ve sorumlu işletmecilik konusunda daha ayrıntılı bilgi edinebilirsiniz.

### **Avrupa Komisyonu Girişim Genel Direktörlüğü**

E-posta:

[entr-csr@cec.eu.int](mailto:entr-csr@cec.eu.int)

KSS web sitesi:

<http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/csr/index.htm>

KOBİ'ler için sorumlu işletmecilik:

[http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support\\_measures/responsible\\_entrepreneurship/index.htm](http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/responsible_entrepreneurship/index.htm)

### **EUROCHAMBRES (Avrupa Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği)**

E-posta:

[eurochambres@eurochambres.be](mailto:eurochambres@eurochambres.be)

KSS web sitesi:

<http://www.eurochambres.be/activities/csr.shtml>

### **UEAPME (Avrupa Esnaf ve KOBİ'ler Birliği)**

E-posta:

[csr@ueapme.com](mailto:csr@ueapme.com)

KSS web sitesi:

[http://www.ueapme.com/EN/policy\\_enterprise\\_csr.shtml](http://www.ueapme.com/EN/policy_enterprise_csr.shtml)