



T.C.

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BİST ŞİRKETLERİNİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK
FAALİYETLERİ: BİST 30, BİST 50, BİST 100 ENDEKSLERİ ÜZERİNE
KARŞILAŞTIRMALI BİR İÇERİK ANALİZİ

Hazırlayan

Nadide MACİT

İşletme Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan AYTAR

KARAMAN – 2020



T.C.

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BİST ŞİRKETLERİNİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK
FAALİYETLERİ: BİST 30, BİST 50, BİST 100 ENDEKSLERİ ÜZERİNE
KARŞILAŞTIRMALI BİR İÇERİK ANALİZİ

Hazırlayan

Nadide MACİT

İşletme Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan AYTAR

KARAMAN – 2020

ÖNSÖZ

Öncelikle tez konusunun seçiminde isteklerimi göz önünde bulunduran ve tez çalışmamın planlanmasında, araştırılmasında, yürütülmesinde ve oluşumunda ilgi ve desteğini bir an olsun esirgemeyen, yüksek lisans eğitimim boyunca değerli bilgilerini benimle paylaşan, yol gösteren, kendisine ne zaman danışsam bana vakit ayırıp elinden gelenin fazlasını sunan ve karşılaştığım her sorunda yanına çekinmeden gidebildiğim, samimiyetini ve güler yüzünü hiçbir vakit benden esirgemeyen iyi ki öğrencisiyim dediğim saygıdeğer danışman hocam; Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan AYTAR hocama en derin saygı, sevgi ve teşekkürlerimi sunarım. Tez savunmamda tezimle ilgili verdikleri önerilerle çalışmamın daha iyi bir noktaya gelmesi için sundukları katkılarından dolayı jüri üyelerim Sayın Prof. Dr. Osman Çevik hocama ve Dr. Öğr. Üyesi Sayın Serkan Aylan hocama ayrıca eğitim hayatım boyunca emeklerini ve desteklerini benden esirgemeyen bütün hocalarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her anında olduğu gibi öğrenim hayatım ve çalışma sürecim boyunca da beni destekleyen, cesaretlendiren, varlıklarını her an hissettiren, haklarını hiçbir zaman ödeyemeyeceğim, sabırla bu günlere gelmemi sağlayan ve dualarını hiçbir vakit benden eksik etmeyen çok kıymetli babam İsmail MACİT'e ve annem Güner MACİT'e hayatta en çok kıymet verdiğim varlığına şükrettiğim ve tez sürecimde her an yanımda olan ve desteğini bir an olsun eksik etmeyen biricik kardeşim Ünal MACİT'e en derin sevgi, saygı ve teşekkürlerimi sunuyorum. Ön lisans, lisans ve yüksek lisans sürecimde her daim yanımda olan birlikte çıktığımız bu yolda beni yalnız bırakmayan ve her daim cesaretlendiren, bilgi ve birikimlerini benden esirgemeyen, sabırla her an yanımda olan ve tez sürecimde desteğini eksik etmeyen Mehmet Ali ABUCA'ya sonsuz sevgi, saygı ve teşekkürlerimi sunuyorum.

Bu süreçte manevi desteğini benden esirgemeyen bütün aileme, hocalarıma ve arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Ve son olarak; çalışmamı biricik Ailem'e ithaf ediyorum.

NADİDE MACİT

ÖZET

21. yüzyılın ilk çeyreğinde işletmelerin başarısı, sadece ekonomik kriterlerle değil, işletmelerin faaliyet yürüttükleri çevrelerin de yer alan iç ve dış paydaşlarının beklentilerini ne düzeyde karşıladıklarıyla da ölçülmektedir. İşletmelerin kaliteli ve iyi bir hizmet sunmaları artık toplum için yeterli sayılmamaktadır. Toplum, işletmeden toplumsal sorunların çözümünde yer almasını beklemektedir. Bu bağlamda son yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk kavramı gerek işletmeler gerekse toplum açısından daha fazla önem kazanmaya başlamıştır.

Bu çalışmanın amacı, BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin faaliyet yürüttükleri kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına yönelik karşılaştırmalı bir içerik analizinin yapılarak tespit edilen anlamlı sonuçların paylaşılmasıdır. Çalışmada BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin seçilmesinin nedeni, Türkiye’de en yüksek borsa işlem hacmine, piyasa değerine ve kurumsal yönetim ilkelerine sahip olmalarıdır. Dolayısıyla bu işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha fazla önem verdikleri düşünülmektedir. Bu amaçla BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin kurumsal web sitelerinde yer alan 2018-2019 yıllarına ait kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ve sürdürülebilirlik raporları incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır.

Çalışma sonucunda BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmeler karşılaştırıldığında yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri arasında fark bulunmadığı ve en yoğun olarak sosyal ve kültürel faaliyetler temasına yönelik faaliyetlerde buldukları tespit edilmiştir. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde

yer alan işletmeler sektör açısından karşılaştırıldığında yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve temaları arasında farklılıkların bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sürdürülebilirlik, BİST 100, İçerik Analizi.

ABSTRACT

The success of enterprises in the first quarter of 21st century is measured not only by economic criteria, but also by the level at which businesses meet the expectations of their internal and external stakeholders, which are also in the environment in which they operate. It is no longer considered sufficient for the community for businesses to provide quality and good service. The community expects the business to be involved in solving social problems. In this context, in recent years, the concept of corporate social responsibility has become more important for both businesses and society.

The aim of this study is to share meaningful results determined by conducting a comparative content analysis of the corporate social responsibility activities of the enterprises in the BIST 30, BIST 50 and BIST 100 Index. The reason for selecting businesses in the BIST 30, BIST 50 and BIST 100 Indices in the study, they have the highest stock market trading volume, market value and corporate governance principles in Turkey. Therefore, it is thought that these enterprises pay more attention to corporate social responsibility activities. For this purpose, corporate social responsibility practices and sustainability reports for 2018-2019 on corporate websites of businesses in BIST 30, BIST 50 and BIST 100 Indices were examined. Content analysis from qualitative research methods was used in the study.

In the result of the study, when the companies included in BIST 30, BIST 50 and BIST 100 Indices were compared, it was determined that there was no difference between the corporate social responsibility activities they concentrated on and that they mostly engaged in social and cultural activities. When the companies included in BIST 30, BIST 50 and BIST 100 Indices are compared in terms of the sector, it has been determined that there

are differences between the corporate social responsibility activities and themes they concentrate on.

Keywords: Management, Corporate Social Responsibility, Sustainability, BIST 100, Content Analysis.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	iii
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
GRAFİKLER LİSTESİ	xv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

1.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı	6
1.2. Sosyal Sorumluluk Kavramının Ortaya Çıkışı	10
1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Kavramı	11
1.4. Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlişkili Kavramlar	16
1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Gelişim Süreci	23
1.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Gelişimine Etki Eden Faktörler	31
1.6.1. İktisadi Faktörler	31
1.6.2. Politik Faktörler	32
1.6.3. Toplumsal Faktörler	33
1.7. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları	34
1.7.1. Klasik (Geleneksel) Yaklaşım	34
1.7.2. Modern (Çağdaş) Yaklaşım	36
1.7.2.1. Sosyal Paydaş Teorisi	38
1.7.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi	40
1.7.2.2.1. Ekonomik Sorumluluklar	41

1.7.2.2.2. Yasal Sorumluluklar	42
1.7.2.2.3. Etik Sorumluluklar.....	43
1.7.2.2.4. Hayırsever/Gönüllü Sorumluluklar.....	43
1.8. Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri.....	46
1.8.1. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli.....	46
1.8.2. Ackerman'ın Sosyal Sorumluluk Modeli	49
1.8.3. Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Modeli.....	50
1.8.4. Post ve Preston'un Sosyal Sorumluluk Modeli	51
1.8.5. Carroll'un Üç Boyutlu Kurumsal Sosyal Performans Modeli.....	52
1.8.6. Wood'un Kurumsal Sosyal Performans Modeli	54
1.9. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanıyla İlgili Evrensel Standartlar	55
1.9.1. Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Başlatılan ve Sürdürülen Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri.....	55
1.9.1.1. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Üçlü İlkeler Bildirgesi	55
1.9.1.2. OECD Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi.....	56
1.9.1.3. Küresel İşbirliği Anlaşması	57
1.9.1.4. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP).....	59
1.9.1.5. Avrupa Birliği: Avrupa Toplulukları Komisyonu	60
1.9.2. Sivil Toplum Kuruluşları/Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından Başlatılan ve Sürdürülen Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri	61
1.9.2.1. Küresel Sullivan İlkeleri	61
1.9.2.2. ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi	62
1.9.2.3. ISO 26000 Sosyal Sorumluluk Yönetim Sistemi	64
1.9.2.4. OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi	65
1.9.2.5. SA 8000 Sosyal Sorumluluk.....	66
1.9.2.6. FTSE4Good Sosyal Sorumluluk Endeksi.....	68

1.9.2.7. AA 1000 Kurumsal Hesap Verilebilirlik Standardı.....	68
---	----

İKİNCİ BÖLÜM

İŞLETMELER AÇISINDAN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları	70
2.1.1. İşletme İçi Sorumluluklar	71
2.1.1.1. İşletmelerin Hissedarlara Karşı Sorumlulukları	71
2.1.1.2. İşletmelerin Çalışanlara Karşı Sorumlulukları	73
2.1.2. İşletme Dışı Sorumluluklar	74
2.1.2.1. İşletmelerin Müşterilere/Tüketicilere Karşı Sorumlulukları.....	74
2.1.2.2. İşletmelerin Rakiplere Karşı Sorumlulukları	76
2.1.2.3. İşletmelerin Tedarikçilere Karşı Sorumlulukları	77
2.1.2.4. İşletmelerin Çevreye Karşı Sorumlulukları	78
2.1.2.5. İşletmelerin Topluma Karşı Sorumlulukları	80
2.1.2.6. İşletmelerin Devlete Karşı Sorumlulukları	82
2.2. İşletmeler Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Gerekli Kılan Nedenler	83
2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Önemi	84
2.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Avantajları ve Dezavantajları	87
2.5. Sektörel Açıdan Kurumsal Sosyal Sorumluluk	90
2.5.1. Özel Sektör Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk	90
2.5.2. Kamu Sektörü Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk.....	91
2.5.3. Kamu ve Özel Sektör Ortaklığı Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk	92
2.5.4. Sivil Toplum Kuruluşları Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk	93
2.6. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Destekleyen Kuruluşlar.....	94
2.7. Literatür Taraması.....	98

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİST ŞİRKETLERİNİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİ: BİST 30, BİST 50, BİST 100 ENDEKSLERİ ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR İÇERİK ANALİZİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	103
3.2. Araştırmanın Kapsamı	103
3.3. Araştırmanın Kısıtları	105
3.4. Araştırmanın Yöntemi	106
3.4.1. Araştırma Yapısı ve Soruları	107
3.4.2. Belgenin Kaynağını Tanımlama ve Örneklemi Belirtme	107
3.4.3. Kodlama Çerçevesini Belirleme	111
3.4.4. Verilerin Analiz Edilmesi ve Bulgular	113
3.4.4.1. BİST 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Yoğunlaştıkları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyet Türlerinin Analiz Edilmesi	120
3.4.4.2. BİST 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sektör Açısından Analiz Edilmesi.....	126
3.4.4.3. BİST 50 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Yoğunlaştıkları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyet Türlerinin Analiz Edilmesi.....	146
3.4.4.4. BİST 50 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sektör Açısından Analiz Edilmesi.....	151
3.4.4.5. BİST 30 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Yoğunlaştıkları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyet Türlerinin Analiz Edilmesi.....	168
3.4.4.6. BİST 30 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sektör Açısından Analiz Edilmesi.....	173
3.4.4.7. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinin KSS Faaliyet Türü Yoğunluk Karşılaştırması	183
3.4.4.8. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinin KSS Faaliyet Türlerinin Sektör Karşılaştırması.....	186

SONUÇ	191
KAYNAKÇA.....	198

KISALTMALAR LİSTESİ

BİST	Borsa İstanbul
M.S.	Milattan Sonra
KSS	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
CSR	Corporate Social Responsibility
EC	European Commission
ISO	International Standardization Organization
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
BM	Birleşmiş Milletler
AB	Avrupa Birliği
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
ILO	International Labour Organization
UNEP	United Nations Environment Programme
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
ISO 14001	Çevre Yönetim Sistemi Standardı
ISO 14000	Çevre Yönetim Sistemi Standardı
ISO 26000	Sosyal Sorumluluk Rehberi Standardı
SA 8000	Social Accountability 8000
OHSAS 18001	İş Sağlığı ve İş Güvenliği Yönetim Sistemi
AA 1000	AccountAbility
TKSSD	Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği
TKYD	Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği
EDMER	Türkiye Etik Değerler Merkezi

İSO

İstanbul Sanayi Odası

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önerilen Tanımları.....	14
Tablo 2: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Yıllar İtibariyle Boyutları (1950-2000)	31
Tablo 3: Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Meydana Getiren Unsurlara Genel Bir Bakış	45
Tablo 4: Kurumsal Sosyal Performans Modeli	54
Tablo 5: Küresel İşbirliği Anlaşmasının 10 İlkesi.....	58
Tablo 6: İçerik Analizinin Aşamaları	106
Tablo 7: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Listesi(Nisan-Haziran 2020).....	108
Tablo 8: BİST 50 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Listesi (Nisan-Haziran 2020).....	110
Tablo 9: BİST 30 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Listesi (Nisan-Haziran 2020).....	111
Tablo 10: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Kodlama Tablosu.....	112
Tablo 11: BİST 100 Endeksindeki İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tablosu .	114
Tablo 12: BİST 50 Endeksindeki İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tablosu ...	142
Tablo 13: BİST 30 Endeksindeki İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tablosu ...	165
Tablo 14: BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri KSS Faaliyet Yoğunlaşma Tablosu	184
Tablo 15: BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde Yer Alan İşletmelerin Sektör Açısından Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri.....	186

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Sosyal Paydaş Modeli.....	39
Şekil 2: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi	41
Şekil 3: İşletme İçi ve İşletme Dışı Sorumluluk Alanları	71

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: BİST 100 İşletmelerinin Genel Olarak Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri .	119
Grafik 2: BİST 100 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Sosyal ve Kültürel Faaliyet Türleri.....	120
Grafik 3: BİST 100 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Çevresel Faaliyet Türleri.....	122
Grafik 4: BİST 100 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Eğitim Odaklı Faaliyet Türleri.....	123
Grafik 5: BİST 100 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Toplum Sağlığına Yönelik Faaliyet Türleri.....	125
Grafik 6: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Sektör Dağılımları	126
Grafik 7: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Finans Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	127
Grafik 8: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Ana Metal Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	129
Grafik 9: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Metal Eşya Makine ve Ulaşım Araçları Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	130
Grafik 10: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Holding Yatırım Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	131
Grafik 11: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İmalat Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	132
Grafik 12: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Kimya İlaç Petrol Lastik ve Plastik Ürünler Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	133
Grafik 13: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Enerji Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	134
Grafik 14: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Gıda İçecek Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	135
Grafik 15: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Teknoloji (Bilişim ve Savunma) Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	136
Grafik 16: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İnşaat Bayındırlık Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	137
Grafik 17: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Ticaret Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	138

Grafik 18: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Ulaştırma Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	139
Grafik 19: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Haberleşme Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	140
Grafik 20: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmetler Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	141
Grafik 21: BİST 50 İşletmelerinin Genel Olarak Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri.	144
Grafik 22: BİST 50 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Sosyal ve Kültürel Faaliyet Türleri.....	146
Grafik 23: BİST 50 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Çevresel Faaliyet Türleri.....	147
Grafik 24: BİST 50 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Eğitim Odaklı Faaliyet Türleri.....	148
Grafik 25: BİST 50 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Toplum Sağlığına Yönelik Faaliyet Türleri	149
Grafik 26: BİST 50 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Sektör Dağılımları	151
Grafik 27: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Finans Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	152
Grafik 28: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Ana Metal Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	153
Grafik 29: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Metal Eşya Makine ve Ulaşım Araçları Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	154
Grafik 30: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Holding Yatırım Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	155
Grafik 31: BİST 50 Endeksinde Yer Alan İmalat Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	156
Grafik 32: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Kimya İlaç Petrol Lastik ve Plastik Ürünler Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	157
Grafik 33: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Enerji Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	158
Grafik 34: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Gıda İçecek Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	159
Grafik 35: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Teknoloji (Savunma) Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	160

Grafik 36: BİST 50 Endeksinde Yer Alan İnşaat Bayındırlık Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	161
Grafik 37: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Ticaret Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	162
Grafik 38: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Ulaştırma Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	163
Grafik 39: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Haberleşme Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	164
Grafik 40: BİST 30 İşletmelerinin Genel Olarak Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri .	167
Grafik 41: BİST 30 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Sosyal ve Kültürel Faaliyet Türleri	168
Grafik 42: BİST 30 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Çevresel Faaliyet Türleri	169
Grafik 43: BİST 30 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Eğitim Odaklı Faaliyet Türleri	170
Grafik 44: BİST 30 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Toplum Sağlığına Yönelik Faaliyet Türleri	171
Grafik 45: BİST 30 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Sektör Dağılımları	173
Grafik 46: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Finans Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	174
Grafik 47: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Ana Metal Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	175
Grafik 48: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Metal Eşya Makine ve Ulaşım Araçları Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	176
Grafik 49: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Holding Yatırım Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	177
Grafik 50: BİST 30 Endeksinde Yer Alan İmalat Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	178
Grafik 51: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Kimya İlaç Petrol Lastik ve Plastik Ürünler Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	179
Grafik 52: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Teknoloji (Savunma) Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	180
Grafik 53: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Ulaştırma Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	181

Grafik 54: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Haberleşme Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	182
Grafik 55: BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri KSS Faaliyet Yoğunlaşma Grafiği	185

GİRİŞ

İşletmeler, 20. yüzyılın başlarından ortalarına kadar genellikle kendilerini ekonomik birer varlık olarak kabul etmektedirler. Bu dönem içinde işletmelerin sürekli olarak kârlarını arttırmak istemeleri ve satış odaklı faaliyetler gerçekleştirmeleri uzun soluklu bir işletme anlayışının devam etmesini engellemektedir. 1970'li yıllardan itibaren rekabet ortamında yaşanan değişimler ve teknolojik gelişmelerin kendini göstermeye başlamasıyla birlikte işletmeler yeni anlayışlara ve farklı stratejilere yönelmek durumunda kalmışlardır (Becan, 2011:17). İşletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri, değişen ve gelişen yapıya ayak uydurabilmeleriyle mümkün olmaktadır. Bu noktada kurumsal sosyal sorumluluk kavramı işletmelerin varlıklarını sürdürülebilir hale getirmeleri açısından önemli bir unsur olarak kendini göstermeye başlamıştır (Pusak, 2014:1). Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramı, bir işletmenin topluma yönelik sağladığı pozitif katkılarını arttırmasının yanında negatif etkilerini azaltmasıyla birlikte toplumun bir üyesi olarak, toplumun uzun dönemli ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak için gayret göstermesi olarak tanımlanmaktadır (Göztaş ve Baytekin, 2009:2001).

Küreselleşen dünyayla birlikte toplumsal sorunların artması kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha fazla önem kazanmasını sağlamıştır. Toplumsal sorunlara yönelik toplumun artan endişesi, kurumsal sosyal sorumluluk kavramını organizasyonlar için gerekli bir konu haline getirmiştir. Toplumun işletmeler üzerindeki baskısı kurumsal sosyal sorumluluğun iş dünyasında kilit bir iş faktörü olmasını sağlamıştır. Bu iş faktörü organizasyonların, topluma katkı sağlamaları açısından stratejik bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, işletmeler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini benimseyerek iş faaliyetlerine entegre etmeye çalışmışlardır (Ulutaş, 2012:1). Günümüzde,

bir işletmenin başarısı; yalnızca girdileri mal ve hizmetlere dönüştürme becerisiyle değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel sorunların çözümüne katılımıyla belirlenmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, “halka çevresel etkilerin azaltılması, atık yönetiminin iyileştirilmesi, çevresel düzenlemelere uyum, çalışanların korunması gibi toplumla ilgili kurumsal faaliyetleri içermektedir (Miniaoui, Chibani ve Hussainey, 2019:1). Kalite, hizmet, yarar ve fiyat gibi geleneksel faktörlerin yanı sıra işletme stratejileri, çalışan davranışları, toplumsal sorumluluk ve çevre gibi faktörlerde kurumsal sosyal sorumluluğun işletme başarısında önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluklarının farkında olan ve stratejik iş planlarına kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini entegre eden işletmeler daha sosyal bir bakış açısı ile hem finansal hem de sosyal itibar açısından rakiplerine karşı rekabet avantajı kazanmaktadırlar (Pusak, 2014:1). İşletmelerin yerine getirmesi gereken birçok sorumluluğu bulunmaktadır. Belirli bir ülkede kurulan veya var olan bir işletmenin hem yasal hem de sosyal olarak bulunduğu ülkenin normlarına uyması gerekmektedir (Hürmeriç, 2004:1). Bu bağlamda, kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramını meydana getiren ve kurumsal sosyal sorumluluk piramidi olarak adlandırılan dört önemli sorumluluk faktörü bulunmaktadır. Bu sorumluluk faktörleri; ekonomik sorumluluklar, yasal sorumluluklar, etik sorumluluklar ve hayırsever sorumluluklardır (Carroll, 1991:42). Ekonomik sorumluluklar işletmenin kârlı olması gerektiğini ve ekonomik sorumluluğunu yerine getirmeyen bir işletmenin diğer sorumluluklarını yerine getiremeyeceğini ifade etmektedir. Yasal sorumluluklar işletmenin uyması gereken yasaları içermektedir. Etik sorumluluklar ise, işletmenin karar sürecinde neyin iyi neyin kötü olduğu ayrımını bilinçli şekilde ayırt ederek doğru ve dürüst davranışlar sergilemesi olarak ifade edilmektedir. Hayırsever sorumluluklar da, işletmenin isteğine bağlı olarak gerçekleştirdiği topluma katkı sağlayan faaliyetler olarak ifade edilmektedir

(Kelgökmen İlic, 2010:304-309). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk alanları çerçevesinde sorumlu olduğu paydaş grupları vardır. Bu paydaş grupları; işletmenin iç ve dış çevresi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İşletmenin sorumlu olduğu iç çevresi içerisinde; hissedarlar ve çalışanlar yer alırken, dış çevresi içerisinde ise; müşteriler, rakipler, tedarikçiler, çevre, toplum ve devlet gibi paydaş grupları yer almaktadır.

İşletmelerin, içinde yer aldıkları çevrenin ve toplumun çıkarlarını gözeterek hareket etmeleri gerekmektedir. İşletmeler uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ile çevresindeki sorunlara (doğal kaynakların korunması, çevre kirliliğinin önlenmesi, kıtlık, eğitim, sağlık vb.) cevap vererek topluma katkı sağlamaktadırlar. Topluma yönelik gerçekleştirilen bu katkılar, işletmeye rekabet ortamında büyük avantajlar kazandırmaktadır. İşletmenin toplum gözünde itibarının artması, piyasadaki konumunun güçlenmesi, toplum ve işletme arasında olumlu bağların oluşması gibi birçok avantaj sunmaktadır (Korkmaz, 2009:17). İşletmelerin çevrelerine sağduyulu davranmaları işletmelere avantaj kazandırabileceği gibi çevresine sağduyulu davranmayan işletmelerin de bu avantajlardan mahrum kalacağı aşikârdır (Çalışkan, 2010:26). Bu bağlamda, KSS faaliyetleri işletmelerin sürdürülebilirliği ve kârlılığı için büyük önem taşımaktadır (Kelgökmen İlic, 2010:304).

İşletmelerin KSS faaliyetleri açısından yayınlamış oldukları sürdürülebilirlik raporları işletmelerin faaliyet sonuçlarını ve sektördeki başarılarını görmelerini açısından oldukça önemlidir. Ayrıca, sürdürülebilirlik raporları işletmelerin paydaş beklentilerini ne düzeyde dikkate aldıkları ile ilgili paydaşlara da işletmeyi değerlendirme imkânı sunmaktadır. İşletmelerin tamamen gönüllülük esasına dayanarak hazırladıkları sürdürülebilirlik raporları, çevresel, ekonomik ve sosyal değişkenlerin değerlendirilmesini içermektedir. İşletmelerin, sürdürülebilir gelişimlerini takip etmelerini sağlayan bu rapor,

paydaş grubu üzerinde de şeffaf ve güvenilir bir işletme algısının oluşmasını sağlamaktadır (Esen ve Esen, 2018:831). Bu bağlamda, Türk borsasının göstergesi olarak kabul edilen BİST 100 endeksinde yer alan işletmeler, Türkiye'nin en yüksek borsa işlem hacmine ve piyasa değerine sahip olan işletmelerdir. BİST 100 Endeksi bünyesinde BİST 50 ve BİST 30 Endeksinde yer alan işletmeleri de barındırmaktadır (Suvacı ve Selcanoğlu, 2019:1016). Bu sebeple, bu endekslerde yer alan işletmelerin kurumsal birer işletme olduğu düşünülmekte ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirmeleri ve bu faaliyetlerine kendi kurumsal internet (web) sitelerinde yer vermeleri beklenmektedir. Bu çalışmada, BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin sürdürülebilirlik raporlarında ve kurumsal web sitelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ne düzeyde yer verdikleri ve endeksler arasında ne gibi farklılıklar olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda tez çalışmasında üç bölümden oluşan bir içerik planlaması yapılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde kapsamlı bir literatür taraması yapılarak sosyal sorumluluk kavramı, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, kavramın ortaya çıkışı ve gelişimi, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının yaklaşımları ve modelleri, kurumsal sosyal sorumluluk piramidi ve evrensel standartlarına yönelik bilgiler paylaşarak açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde de kapsamlı literatür taraması yapılarak işletmeler açısından kurumsal sosyal sorumluluk kavramının önemi, kurumsal sosyal sorumluluk alanları, işletmeler açısından avantaj ve dezavantajları, sektörler açısından kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik bilgiler paylaşarak açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına yer

verilmiştir. Bu kapsamda araştırma metodolojisine yönelik bilgiler, bulgular ve sonuçlar paylaşılarak çalışma tamamlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Sosyal sorumluluk kavramı insanlıkla birlikte ortaya çıkan, temeli bireyin davranışına dayanan ve toplumsal yaşamın önemli parçalarını oluşturan bir kavramdır. Sorumluluk kavramı, insanın var olmasıyla başlayıp, yaşamı boyunca çeşitlenerek ve yaşamının bitişiyle de devam eden bir süreci içermektedir. Bireyin, öldükten sonra da arkasında bıraktığı izlerle birlikte bireysel sorumluluğunun yanı sıra toplumsal sorumluluğu da varlığını sürdürmektedir (Turgut, 2010:6). Toplumsal yaşama yönelik bireyin kendini sorumlu hissetmesi, kendi isteği doğrultusunda çeşitli sivil toplum kuruluşlarına üye olması, bireysel veya üye olduğu kuruluşla birlikte gönüllü girişimlerde bulunması bireyin sosyal sorumluluk bilincinin ne kadar gelişmiş olduğunu göstermektedir (Göztaş ve Baytekin, 2009:2000). Dolayısıyla, bireyin üstüne düşen yükümlülükleri yerine getirmesi doğrudan ve dolaylı olarak etkide bulunduğu çevresine ve topluma karşı olan sorumluluklarını yerine getirdiği anlamına gelmektedir (Ergül ve Kurtulmuş, 2014:222).

1.1.Sosyal Sorumluluk Kavramı

Birey, toplum içerisinde diğer bireylerle etkileşim halinde yaşamını devam ettirmektedir. Bu etkileşim sonucunda bireye, toplumla yaşamının bir gerekliliği olarak bazı sorumluluklar yüklenmektedir. Kişinin yaşına, cinsiyetine ve gelişim seviyesine uygun olan yükümlülükleri yerine getirmesi sorumluluk kavramıyla açıklanmaktadır (Başer ve Kılınç, 2015:76). Türk Dil Kurumu'na göre, sosyal kavramı; *“toplum ile ilgili, toplumsal”* olarak tanımlanırken, sorumluluk kavramı; *“kişinin kendi tutumlarını ya da yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, yükümlülük, mesuliyet”* olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Sorumluluk, bireylerin hem kendi menfaatleri için hem de toplumun

menfaatleri için öne çıkardığı duygu, düşünce ve davranış bileşenlerinin oluşturduğu bir örüntüdür. Bu nedenle sorumluluğun toplumsal bir boyutu da bulunmaktadır. Bireyin içinde yaşadığı toplumun sorunlarına karşı hassas olması ve toplumun gelişimine destek vererek bu destekleyici çalışmalarda yer alması gerekmektedir (Başer ve Kılınç, 2015:77). Bu çalışmaları örneklendirmek gerekirse; Kızılay kurumuna kan bağışında bulunmak, toplumsal sorunlara karşı farkındalık yaratan faaliyetlerde ve sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarında yer almak bireyin sosyal sorumlulukları arasında sayılmaktadır (Erdoğan ve Erdem, 2017:295). Sezgin ve Tınmaz (2017:78) sosyal sorumluluğu, bireylerin toplumsal sorunlarına karşı bilinçlilik düzeyi ve bireylerin toplum değerlerine uyarak herhangi bir beklenti veya çıkar gözetmeksizin gönüllü olarak yaptıkları faaliyetler bütünü olarak ifade etmişlerdir.

Özen (2011:175) sosyal sorumluluk kavramını; *“Bir kimsenin üstlendiği ya da yapmak durumunda olduğu bir iş için hesap verebilme duygusu”* olarak tanımlamaktadır.

Dahlsrud (2008:7), bireyin yaşam kalitesini ve aynı zamanda yerel toplum ve toplumun yaşam kalitesini artırmaya yönelik devam eden bir taahhüt olarak tanımlamıştır. Alıyeva (2018:1) sosyal sorumluluk kavramını; örgütlerin toplumsal duyarlılığıyla ilişkilendirmiş ve toplumsal olaylara karşı duyarlı davranmayı ve olaylar karşısında eyleme geçme olarak ifade etmiştir.

Sosyal sorumluluk eylemi ise, karşılık beklemezsizin gönüllü olarak yapılan bir eylemdir. Sadece iş örgütlerinde değil toplumun en küçük örgütü olan aileden en büyük örgüt olan devlete kadar uzanan geniş bir yelpazeye sahiptir ve geniş bir alanda değerlendirilmesi gereken bir kavram olarak kabul edilmektedir (Öztürk, 2010:3). Bu bağlamda, sosyal sorumluluk kavramının birçok tanımı olmasına rağmen, geçerli bir tanımını da vermek zordur. Sebebi ise; sorumluluk kavramıyla birlikte yetki, görev

kavramlarının da sosyal sorumluluk kavramıyla beraber kullanılan kavramlar olması ve bunların ilişki durumlarına göre sorumluluğun artma veya azalma eğilimi göstermesidir. Bunun dışında coğrafi durum, zaman ve topluma göre de farklı biçimlerde tanımlanmaktadır (Zengin, 2018:86). Sorumlulukla çok yakın bir ilişki içerisinde olan diğer önemli bir kavram da saygıdır. Bu kavram, bireyin kendine ait haklarını, toplumun haklarını, başkalarına yardım etme ve hoşgörü gibi konuları kapsamaktadır (Özen, 2011:175). Sorumluluk, bünyesinde ahlaki özellikler de barındırmaktadır. Kanuni sınırlamalar, hak ve hukuka uygunluk, ahlaki beklentiler de sorumluluğun içerisinde yer almaktadır (Korkmaz, 2009:20).

Sosyal sorumluluk kavramının bazı özellikleri vardır. Bu özellikler aşağıda yer almaktadır (Eraslan, 2011:83);

1. Gönüllülük esasına dayanmaktadır. Bireyin çevresine ve toplumun sorunlarına karşı duyarlı ve çözüm arayışı içinde olması gerekmektedir. Daha iyi bir toplum için bireyin zorunlu olarak değil, gönüllü olarak gerçekleştirdiği bir kavramdır.
2. Toplumsal sorunlara karşı bireyin farkındalık yaratma halidir. Bireyin içinde yaşadığı toplumun çeşitli sorunlarına karşı duyarlı davranması ve yarattığı farkındalık ile oluşan toplumsal ilgidir.
3. Sosyal sorumluluk proje yönetimi ve işbirliği ile sonuca ulaşmayı hedefleyen bir süreci içermektedir.
4. Genelden özele toplumun bütün alanlarına dönüktür. Genel alanları içerisinde; çevre, sağlık, eğitim gibi alanlar yer alırken, özel alanları içerisinde; insan hakları, kadın hakları, tüketici hakları, engelli birey hakları ve hayvan hakları gibi pek çok alan yer almaktadır.

Sosyal sorumluluk; bireyden aileye, aileden devlete kadar toplumun her kesiminde değerlendirilmesi gereken bir kavramdır. Bireyin sosyal sorumluluğunun yanı sıra özel ya da kamu her türlü örgütün de sosyal sorumluluğu vardır. Örgütlerin bu sosyal sorumlulukları da kurumsal sosyal sorumluluk olarak adlandırılmaktadır (Sezgin ve Tınmaz, 2017:78). Sosyal sorumluluk kavramının hedefinde ise toplumsal yarar sağlamak yatmaktadır. Bireylerin ve kurumların sosyal sorumluluk hedeflerinin temelinde ise gönüllülük ve hayırseverlik anlayışı yer almaktadır. Gönüllülük ve hayırseverlik kavramları birbiriyle ilişki içerisinde olan kavramlardır. Toplumsal sorunlara karşı bireylerin ve örgütlerin herhangi bir karşılık beklemezsizin toplum yararına çalışmalarda yer almaları gönüllülük ve hayırseverlik kapsamında değerlendirilmektedir (Saran ve diğ., 2011:3734).

Genel anlamda sosyal sorumluluk, birey veya kurumların topluma faydalı eylemlerde bulunma yükümlülüğüdür. Bunun yanı sıra iktisadi, toplumsal ve çevresel refah seviyesini arttırmak amacıyla üstlenilen bir görev olarak da ifade edilmektedir. Bu görevin niteliği ise, bireyin veya kurumun aktif olarak herhangi bir toplumsal çalışmada yer alması veya pasif olarak topluma fayda sağlamayan, toplumu yıpratıcı davranışlardan uzak durmasıdır (Yılmaz, 2018:7). Bu bağlamda, birey hem kendi istekleri hem de toplumun diğer bireylerinin istekleri doğrultusunda bilinçli bir şekilde hareket etmeli ve toplumun çıkarlarını gözetmelidir (Asar, 2017:68). Bu doğrultuda, bireyin bilinçli bir şekilde hareket edebilmesi için sorumluluk bilincinin gelişmesi gerekmektedir. Sorumluluk bilincinin gelişmesinde ise toplumsal desteğin ve eğitimin büyük bir etkisi vardır. Bireyin eğitimi ve sosyalleşmesi sosyal sorumluluk bilincinin kilit taşlarını oluşturmaktadır. Bireyin kişiliği, ailesinin yetiştirme tarzı ve eğitimi sosyalleşmenin temel unsurları olarak kabul edilirken, bireyin eğitimi ise biçimsel ve biçimsel olmayan bir sistemde ilerlemesiyle oluşmaktadır. Bireyin biçimsel eğitiminin sorumluluk bilincinin oluşmasında daha etkili olduğu savunulmaktadır

(Ergül ve Kurtulmuş, 2014:222). Dolayısıyla, sosyal sorumluluk bireysel yönünün yanı sıra, bireyin içinde bulunduğu durumu da etkileyen toplumsal bir normdur (Özen, 2011:176). Örgütlerin de yaşamlarını sürdürebilmek için öncelikli amacı; sadece kârlılık değil, topluma karşı duyarlı davranma ve sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmek olmalıdır (Doğan ve Karataş, 2012:93). Bu bağlamda, bireylerin ve örgütlerin ortaya çıkan davranışlarının toplumsal sonuçlarını da dikkate alarak davranışlarını şekillendirmesi gerekmektedir (Saran ve diğ., 2011:3734).

1.2.Sosyal Sorumluluk Kavramının Ortaya Çıkışı

Sorumluluk kavramı, tarihin çok eski dönemlerinden bu yana hayatın içinde varlığını hep sürdürmektedir. Sosyal sorumluluk kavramı da tarihin çok eski zamanlarına dayanmaktadır. Ortaya çıkışının ise, yazılı tarihten öncesine dayandığı bilinmektedir. Fakat bu döneme ait veriler mağara duvarlarında yer alan çizimlerle sınırlıdır (Turgut, 2010:9). Sosyal sorumluluk kavramı belirgin olarak ilk uygarlıkların ve dinlerin içinde kendisini göstermektedir. Bir arada yaşayan insan topluluğunun ilişkilerini ve düzenini sağlayan dinsel kuralların insanları yönlendirmesiyle başladığı söylenmektedir. Dinler, toplumun bir arada yaşaması için ahlaki değerler açısından insanlardan bir takım sorumlulukları yerine getirmelerini istemekte ve örgütlerde bulunmaktadır (Uğur, 2018:27). Musevi dininin peygamberi Hz. Musa (as)’ın “On Emir” olarak bilinen dini ve ahlaki ilkeleriyle sosyal sorumluluk kavramının, örgütlenme ve yönetim anlayışına yönelik konuları gündeme getirdiği bilinmektedir. Hristiyanlık dininde ise sosyal sorumlulukla ilgili konuların kiliselerin öncülüğünde geliştiği bilinmektedir. Ayrıca, İslam dininde de sosyal sorumluluk sosyal yönetimlerin ağır bastığı bir süreçte gelişim göstermiştir. Toplumdaki fakirlere yardımda bulunmak amacıyla hayır kurumları, imarethaneler ve vakıflar kurulmuştur. Yine, Musevilik, Hristiyanlık ve İslamiyet’in özünde yer alan hoşgörü, eşitlik, sosyal yönetim gibi

ilkeler de topluma yarar sağlamaktadır. Sosyal sorumluluk kavramı, işletme öncesi dönemde dinlerin içinde barındırdığı, hoşgörü, yardımlaşma, hayırseverlik, barışçıl olma gibi kavramlarla açıklanmaktadır (Dalkıran, 2015:8; Çakır, 2006: 6). M.S. 1100 yıllarına kadar uzanan bu döneme “işletme öncesi dönem” denilmektedir. Mezopotamya, Eski Yunan, Çin, Roma gibi ilk uygarlıkları içinde bulunduran bu dönemde, toplumsal yaşam üzerinde etki yaratan dini inançlar, ahlaki değerler ve kişisel yargılar sosyal sorumluluğu meydana getirmektedir (Korkmaz, 2009:26).

Ticari ve hukuki düzenlemeler de tarihin her döneminde görülmektedir. Tarihin ilk yasası Mezopotamya Kralı Hammurabi Yasaları olarak bilinmektedir. Hammurabi çeşitli kanunlar geliştirmiş ve bu kanunlar topluma zarar verebilecek her türlü davranışlar üzerine odaklanmıştır (Sönmez, 2014:8). Bu yasalar işveren ve işgören ilişkileri, muhasebe kayıtları, envanter kontrolü ve ücret sistemleri gibi konuları içermektedir. Sosyal sorumluluk kavramı tarihte ilk olarak Eflatun tarafından öne sürülmüştür. Topluma yönelik sorumlulukları ele alan Eflatun sosyal sorumluluk kavramına belirginlik kazandırmıştır. Eflatun, yöneticilerin, ekonomi ile alakalı olan konularda kendi menfaatlerini her şeyin üstünde tutmaları gerektiği ifadesi ile sosyal sorumluluk sürecine önemli bir atılım gerçekleştirmiştir (Dalkıran, 2015:7; Çakır, 2006:5). Sokrates ve Aristoteles gibi düşünürler de ekonomik olaylara ahlak çerçevesinde bakarak, karşılıklı olan kıymet ve hizmetler arasında eşitlik olmasını, fiyat ve kazançların adil olmasını ve faizin adaletsiz olduğu görüşünü savunarak sosyal sorumlulukla örtüşen görüşler ortaya koymuşlardır (Korkmaz, 2009:26).

1.3.Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Kavramı

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramını oluşturan kurumsal kavramı “tüzel bir kişiliğe sahip olan şirketlere ilişkin” bir kavram olarak nitelendirilmektedir. Bu nitelendirmeye bağlı olarak kişilerle, organizasyonlarla ve resmi kuruluşlarla ilişkilendirilen

sosyal sorumluluk kavramından farklı olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramı “işletmelerin topluma sağladıkları yarar” ile incelenen bir kavram niteliğini teşkil etmektedir (Pusak, 2014:5). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ilk olarak 1953 yılında Amerikalı iktisatçı Howard Bowen’in yayınladığı “İşadammının Sosyal Sorumlulukları” (Social Responsibilities of the Businessman) adlı makalesiyle anlam kazanmıştır (Garriga ve Mele, 2004:51). Bowen bu makalesinde, işletme sahiplerinin toplumun değer ve hedefleriyle örtüşen sosyal sorumluluk çalışmalarına yönelmeleri ve bu faaliyetlerle ilgilenmeleri gerektiği görüşünü savunmaktadır (Aktan ve Börü, 2007:6). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının literatür içerisinde çeşitli tanımları bulunmasına rağmen geçerli bir tanımını vermek oldukça zordur. Ancak kurumsal sosyal sorumluluk kavramı son on yılda, araştırmacıların daha çok dikkatini çekmektedir. Bu nedenle, yönetim literatüründe önemli bir kavram haline gelmiştir. Teorik yönlerinin yanı sıra, işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları konusunda daha aktif hale gelmişlerdir (Saeidi ve diğ., 2015:341).

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili bazı tanımlamalara aşağıda yer verilmiştir:

- Avrupa Komisyonu (EC) kurumsal sosyal sorumluluğu; “İşletmelerin sosyal ve çevresel sorunlarını, ticari faaliyetlerini ve paydaşlarıyla olan etkileşiminin gönüllülük temeline dayanarak bütünleştirilmesi” olarak tanımlamaktadır (Avrupa Komisyonu (EC), aktaran Arıkol, 2012:4).
- Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO); “İşletmelerin, bireylere ve topluma fayda sağlamak amacıyla sosyal-ekonomik ve çevreyle ilgili hususlara eşit olarak yönelimi” olarak tanımlamaktadır (Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO), aktaran Başer, 2015:4).
- Moir (2001:16), “İş dünyasının, etkin, kârlı ve sosyal açıdan sorumlu olarak topluma katkıda bulunması” olarak tanımlamaktadır.

- Dean ve Ames (2016:1), “İşletmelerin, uygulamalarının sosyal ve çevresel etkilerini göz önünde bulundurması ve yerine getirmesi gerektiği düşüncesi” olarak tanımlamaktadırlar.
- Eding ve Scholtens (2017:648), “Bir firmanın sosyal, etik ve çevresel davranışlarının yanı sıra herhangi bir yasal düzenlemenin ötesine geçen yönetim yükümlülükleri” olarak tanımlamaktadırlar.
- Akıncı Vural ve Coşkun (2011:63), “Bir işletmenin ekonomik ve yasal zorunluluklara uyarak, iş ahlakına uygun, işletme içindeki ve dışındaki bireylere ve toplumun taleplerine uygun olan stratejileri ve politikaları uygulaması” şeklinde tanımlamışlardır.

Kurumsal sosyal sorumluluk tanımlamalarının birbirine benzer olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, kurumsal sosyal sorumluluğun; işletmenin, toplumun beklentilerine cevap vermesinde gönüllülük esasına dayanarak, ekonomik unsurların dışında insani unsurlara da önem vermesi şeklinde tanımlanabilir (Yalman, 2018:8). Kurumsal sosyal sorumluluğun kesin ve somut bir tanımı olmamasına rağmen, çeşitli yönetim disiplinleri, kurumsal sosyal sorumluluğun kalite yönetimi, pazarlama, iletişim, finans, insan kaynakları yönetimi ve raporlama gibi disiplinlerin amaçlarına uygun olduğunu kabul etmişlerdir. Tablo 1’de kurumsal sosyal sorumluluğun literatürde en sık alıntı yapılan tanımlarından bazıları yer almaktadır (Dusuki ve Yusof, 2008: 30).

Tablo 1: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önerilen Tanımları

Literatür	Önerilen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tanımları
Bowen (1953) ve Carroll (1999) belirttiği	İşadamlarının politikaları takip ederek karar vermesi veya toplumun hedefleri ve değerleri açısından arzu edilen eylem çizgilerini takip etme yükümlülüğü.
Davis (1960)	Firmanın doğrudan ekonomik veya teknik ilgisinin ötesinde bazı nedenlerden dolayı işadamlarının aldığı kararlar ve eylemler.
Davis (1973)	Firmanın, dar ekonomik, teknik ve yasal gerekliliklerinin ötesindeki hususları dikkate alması ve bunlara yanıt vermesi.
Fitch (1976)	Kurumun sosyal problemleri çözmeye yönelik tamamen veya kısmen ciddi girişimlerde bulunması.
Zenisek (1979)	Toplumun iş dünyası beklentileri ile iş ahlakı arasındaki “uygunluk” derecesi.
Jones (1980)	Kurumların, hissedarları dışında toplumda kanun ve sendika sözleşmeleri ile öngörülenlerin ötesinde gruplar kurma zorunluluğu.
Epstein (1989)	Ticari organizasyonların, kıt mal ve hizmet üretme ve dağıtma işlevlerinin hissedarlar için ekonomik olarak tatmin edici bir düzeyde kâr getirmelerini aşan toplumsal yükümlülükler.
Maclagan (1999)	Bireylerin ahlaki değerlerinin ve kaygılarının dile getirildiği süreç.
McWilliams ve Siegel (2001) Kok ve diğ. ark. (2001)	Firmanın çıkarlarının ötesinde ve yasaların gerektirdiğinin ötesinde, bazı sosyal yararları ortaya çıkaran eylemler. Firmanın kaynaklarını topluma fayda sağlayacak şekilde kullanma yükümlülüğü veya toplumun bir üyesi olarak kararlı katılım yoluyla toplumu genel olarak dikkate alarak ve şirketin doğrudan kazanımlarından bağımsız olarak toplumun refahını iyileştirme yükümlülüğü.

Kaynak: Dusuki ve Yusof, 2008: 31.

Günümüzde işletmelerin sorumlulukları sadece kâr ve istihdam sağlamakla sınırlı kalmamıştır. Artık işletmelerin başarısı yalnızca girdileri; mallara ve hizmetlere dönüştürme becerisiyle değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel sorunların çözümüne katılımıyla belirlenmektedir. İşletmelerin insanı, çevreyi ve bütün toplumsal değerleri dikkate alarak destekleyici faaliyetlerde bulunması gerekmektedir. Topluma yönelik çevresel etkilerin azaltılması, atık yönetiminin iyileştirilmesi, çevresel düzenlemelere uyum, çalışanların korunması gibi toplumla ilgili faaliyetler KSS faaliyetleri içerisinde değerlendirilmektedir (Miniaoui, Chibani ve Hussainey, 2019:1; Uluççen, 2019:7). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gönüllülük esasına dayanan faaliyetlerdir. Ancak, tamamen karşılık beklemezsizin yapılan faaliyetler olduğunu ileri sürmek pek doğru değildir. Çünkü kurumsal sosyal sorumluluk iktisadi ve sosyal geri dönüş sağlayan bir yönetim faaliyetidir (Saran ve diğ., 2011:3735). İşletmelerin geleceği içinde önemli bir yatırım aracı olarak görülmektedir. İşletmelerin toplumun ihtiyaçlarına odaklanarak, toplumsal sorunlara destek vermesi ve çözüm arayışında olması işletmeye hem maddi hem de manevi olarak olumlu getiriler sağlamaktadır. İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ile rakiplerine karşı rekabet üstü avantaj sağlarken toplum nezdinde de iyi bir itibar ve imaj kazanmaktadırlar (Fidan ve Şentürk, 2017:41). İşletmelerin öncelikli amacı kâr sağlamak olsa da sadece kâr sağlamaya odaklanarak sürekliliklerini devam ettirmeleri mümkün değildir. Sürekliliklerini devam ettirebilmek için işletmelerin çevrelerinin ve toplumun sorunlarına karşı duyarlı davranması ve faaliyetlerini bu doğrultuda gerçekleştirmesi gerekmektedir (Özkan vd., 2018:572). Ayrıca, işletmelerin misyon, vizyon ve değer anlayışları içerisinde kurumsal sosyal sorumluluğa yer vermeleri bu kavrama verdikleri önemi göstermektedir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus, işletmelerin bu değerleri uygulamaya geçirebilmeleridir. Bu bağlamda, işletme kurumsal sosyal

sorumluluk faaliyetlerine var oluş sebepleri arasında yer veriyorsa, bunu bütün faaliyetlerine yansıtmalıdır. Yoksa işletmelerin, kurumsal sosyal sorumlulukları ilgi çekme çabasından öteye gidemeyecektir. Bu durumda toplumun, işletmeye karşı olan güvenini yitirmesine sebep olacaktır (Gümüş ve Öksüz, 2009:2135).

Kurumsal sosyal sorumluluk, literatürde yer alan birçok kaynakta yönetim anlayışı olarak ifade edilmektedir. Ancak ülkemizde daha çok iletişim bazında yürütülen faaliyetlerle zihinlere yerleşmiş durumdadır. Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları, işletmenin bütün birimleri tarafından benimsenmelidir. Üretimden satışa kadar olan bütün süreci içine alan bir uygulama alanına sahip olmalıdır (Gürel, 2010:113).

1.4. Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlişkili Kavramlar

Kurumsal sosyal sorumluluğa günümüzdeki işletmeler daha çok önem vermeye başlamışlardır. Önem vermelerindeki en büyük etken ise, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının işletmeye getirilerinin fark edilmiş olmasıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı yaşanan değişimlerle birlikte yeni kavramların oluşmasına olanak sağlamıştır (Aktan ve Börü, 2007:12). Bu kavramlar ve içerikleri hakkında aşağıda kısaca bilgi verilmiştir.

Şirket Sosyal Sorumluluğu: Kâr elde etmek için oluşan işletmelerin, kendi değer ve davranışlarını, bütün paydaşlarının beklentileriyle uyumlu hale getirmek amacıyla, gönüllü olarak üstlenilen görevler bütünü olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda, şirket sosyal sorumluluğu, şirketin bütün paydaşları karşısında iyi bir saygınlık kazanmak amacıyla yaptığı taahhütler olarak nitelendirilmektedir. Kâr amacıyla hareket etmekte olan işletmelerin, sadece kendi menfaatleri için değil, toplumun menfaatlerini de düşünerek hareket etmeleri gerekmektedir. Şirket sosyal sorumluluğuyla ilgili tanımlamalarda, daha

çok ticari işletmeler temel alınmakta ve ticari olmayan (kâr amacı gütmeyen) işletmeler bu tanımlamaların içinde genellikle yer almamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, kâr amacı güden ya da gütmeyen bütün organizasyonları kapsadığından dolayı şirket sosyal sorumluluğu kavramı yerine kurumsal sosyal sorumluluk kavramının kullanılmasının daha anlaşılır ve uygun olduğu düşünülmektedir (Yalman, 2018:8).

İş Etiği: Temeli doğru ve yanlış davranışlara dayanan bir kavramdır. İş dünyasındaki olayları ahlaki bir açıdan inceleyen ve açıklayan bir disiplin olmanın yanı sıra, iş dünyasındaki insani değerlerin daha iyi olmasını amaçlayan, bu amacın geliştirilmesi ve değiştirilmesi üzerine tavsiyeler veren, iyiyle kötü, doğruyla yanlış gibi ahlaki kavramları içinde bulunduran bir disiplin olarak açıklanmaktadır (Bektaş ve Köseoğlu, 2008:146-147). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ise, işletmenin topluma karşı olumlu etkisini arttırmayı ve olumsuz etkisini azaltmayı öngören bir kavram olarak açıklanmaktadır. İş etiği, doğru olanı yapmayı temel alan bir yaklaşım olduğundan, kurumsal sosyal sorumluluğun alt kademesi olarak nitelendirilmektedir (Doğan, 2007:83). Bu bağlamda, iş etiği ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramları birbiriyle tamamen aynı kavramlara karşılık gelmeseler de çoğunlukla birlikte söz edilen kavramlardır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı daha geniş bir çerçevede değerlendirilirken, iş etiği kavramı bir alt kademesi olarak değerlendirilmektedir. Birlikte söz edilen bu kavramlar arasında tanımlamaları bakımından çok küçük bir ayrım söz konusudur. Etik kavramı, algılama, düşünme ve ahlaki gelişimi barındıran kararların ahlaki taraflarına yönelik yavaş yavaş yoğunlaşan bir kavram iken, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, bu kararların üzerine yoğunlaşarak etkisini doğrudan ve dolaylı olarak gösteren bir kavramdır (Soysal, 2019:9; Doğan, 2007:86).

Kurumsal Sosyal Duyarlılık: Şirketlerin hızlı bir şekilde değişmekte olan sosyal beklentilerinin olup olmadığını ve beklentileri cevaplamaları gerekip gerekmediğini

vurgulayan bir kavramdır. Kurumsal sosyal duyarlılık iş organizasyonu içinde toplu olarak ele alındığında, örgütün toplumsal baskılarla baş etmesini sağlayan mekanizmalar, prosedürler, düzenlemeler ve davranış kalıpları bütünü olarak ifade edilmektedir (Epstein, 1989:586). İşletmelerin kâr elde etmek amacıyla üstlendikleri çalışmalarında, işletmelerin aldığı veya uygulamaya koyduğu kararlarından etkilenebilecek belli bir bölümün durumlarını hesaba katmaları gerekmektedir. İşletmenin dışarıdan gelebilecek hiçbir yaptırıma gerek duymadan, kendiliğinden işletme maliyetlerini düşüren tedbirler alması ve paydaşlarını korumayı amaçlayan önlemlerde bulunması olarak açıklanmaktadır (Başer, 2015:25). Kurumsal sosyal duyarlılık kavramında, iç ve dış paydaşların farklı talep ve beklentilerinden kaynaklanan sorun ve sorunları öngörerek, cevaplama ve yönetme kapasitesini belirleyerek, uygulama ve değerlendirme için bireysel ve organizasyonel süreçlerin geliştirilmesi gerekmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramında ise, hem iç hem de dış paydaşların sorunlarına, beklentilerine yönelik iş organizasyonlarının ve yöneticilerin örgütsel politikalar geliştirerek kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri üzerine odaklanmaları gerekmektedir (Epstein, 1987:107).

Kurumsal Sosyal Performans: İşletmelerin, toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek bu ihtiyaçları karşılamak amacıyla yaptığı çalışmaların, gözlemlenebilir sonuçlarının değerlendirilmesi olarak ifade edilmektedir (Yalman, 2018:11). Kurumsal sosyal performans kavramı, kurumsal sosyal sorumluluğa yönetsel bir çerçeve getirmeyi ve ölçmeyi amaçlayan bir kavramdır. Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal performans kavramları arasındaki farkı ortaya koyan ilk düşünür S.Prakash Sethi'dir. Kurumsal sosyal performansın tanımlanabilen ve ölçülebilen bir kavram olduğunu savunan Sethi, bunu üç unsur olarak ifade etmiştir. Bu unsurlar; sosyal yükümlülük, sosyal sorumluluk ve sosyal duyarlılıktır. Her işletmenin sosyal performansı olumlu veya olumsuz

olarak değerlendirilebilmektedir. Bu bağlamda, kurumsal sosyal performans modelinin (a) motive edici ilkeleri, (b) davranışsal süreçleri ve (c) kurumsal gözlemlenebilir sonuçlarını ele alan üç yönü vardır. Bu nedenle, bir şirketin sosyal performansını değerlendirmek için araştırmacı; sosyal sorumluluk ilkelerinin ne derece motive ettiğini, sosyal açıdan duyarlı süreçlerin kullanımını, firmaların toplumsal ilişkilerini yönetmek için tasarlanmış programları, firmanın faaliyetlerinin sosyal etkilerini ve politikalarının her birini birlikte incelemelidir. Sonuç olarak, gerek işletmeler için gerekse toplum için başarılı bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin etkinliği, ölçülebilmesi ve denetlenmesine bağlıdır (Sarıkaya ve Akarca, 2011:62-67; Wood, 1991:693).

Kurumsal Hesap Verme Sorumluluğu: İşletmenin ortak ve paydaşlarının, işletme yöneticilerinin aldıkları kararları ve yaptıkları çalışmaları değerlendirmeleri ve sorgulamaları olarak ifade edilmektedir. Bu doğrultuda hesap verme kavramı, yönetsel güç ve otoritenin işletme yönetiminin menfaatleri üzerine değil de, işletme ortakları başta olmak üzere bütün paydaşların menfaatleri ve talepleri üzerine oluşturulan bir kavram olarak nitelendirilmektedir (Kavut, 2010:13). İşletme ile paydaşları arasındaki iletişimi düzenleyen ve işletme tarafından alınan kararların doğruluğunun ispatlanması ve sorumluluğun üstlenilmesinde hesap verilebilirlik kavramı bir gereklilik olarak görülmektedir. Dolayısıyla, kurumsal hesap verme sorumluluğu yönetimin görevlerini ve sorumluluklarını açıklamayı, ortakların ve yöneticilerin isteklerini güvence altına alan gönüllü çabaları desteklemeyi ve alınan objektif kararların yönetim kurulları tarafınca gözlemlenmesini içerirken, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı işletme sorumluluklarının çerçevesini çizmektedir. (Soysal, 2019:13; Özet, 2014:8).

Sosyal Denetim: Örgüt performansını ekonomik açıdan ziyade sosyal açıdan inceleyen, örgütün sosyal sorumluluk kapsamındaki performansını değerlendiren ve raporlayan bir

sistem olarak ifade edilmektedir. Toplum üzerinde artış gösteren gelir dengesizlikleri, istihdama yönelik güven problemleri, işletme yönetiminin sorumluluklarına karşı artan endişeler ve toplumun işletme faaliyetleri hakkında daha çok bilgi istemesi gibi daha birçok neden sosyal denetim kavramını önemli ve gerekli hale getirmektedir (Akgemci, Çelik ve Özgener, 2001:11). Sosyal denetimi temel alan bir işletme, topluma karşı da duyarlı bir işletme olarak algılanmaktadır. Sosyal denetim sayesinde toplum, işletmelerin yürüttükleri sosyal sorumluluk faaliyetlerini değerlendirmekte ve ulusal standartlara uyup uymadığını kontrol edebilmektedir (Baruönü, 2005:48). Sosyal denetim çerçevesinde işletme politikasında yer alan öğeler; insani değerler ve haklar, etik, çevre ve işgücü olarak belirtilmiştir. Ayrıca, sosyal denetim kavramı sorgulayıcı bir yapıyı da bünyesinde barındırmaktadır (Abdioğlu ve Meydan, 2006:32).

Sosyal Raporlama: İşletmelerin ekonomik olan ve olmayan uygulamalarının sosyo-çevresel açıdan etkilerinin toplum ve çıkar grupları için açıklanabilme süreci olarak ifade edilmektedir. Sosyal raporların, genel muhasebe ilkelerine uyması gerekmektedir. Toplumun ihtiyacı olan bilgileri sunması, toplumun belirli bir bölümüne ve bireylere yönelik yapılmaması, raporda yer alan bilgilerin hatalı veya hileli olmaması sosyal raporlamanın sahip olması gereken özelliklerdir. Ayrıca, hazırlanan sosyal raporlamaların anlaşılabilir olması ve gereksiz ayrıntılar içermemesi gerekmektedir (Sürmen ve Aygün, 2005:36). İşletmenin paydaşlarına karşı duyarlı davranışı, paydaşları ile arasında oluşturduğu güven bağı ve hesap verebilir olmasıyla birlikte katılımcı bir anlayış benimseyerek paydaşlarının da düşüncelerine önem vermesi kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının temelini oluşturmaktadır. Sosyal raporlama, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının daha geniş kitlelere yayılması ve işletme imajının olumlu yönde artmasına da olanak sağlamaktadır (Soysal, 2019:14).

Kurumsal (Örgütsel) Vatandaşlık: Çalışanların içinde yer aldığı işletmeye fayda sağlamak istemesi ve bunu gönüllülük esasına dayanarak yapması olarak ifade edilmektedir. İşle ilgili sorunların çözümü için bireyin arkadaşlarına yardım etmesi, aniden ortaya çıkan görevlere karşı şikâyetçi davranmadan görevlerini yerine getirmesi ve işletme hakkında olumlu görüşlerini işletme dışına yansıtması gibi davranışlar kurumsal vatandaşlık davranışı olarak sayılmaktadır (Sevinç, 2014:5). Kurumsal vatandaşlık ve kurumsal sosyal sorumluluk birlikte kullanılan kavramlar olsa da günümüzde kurumsal vatandaşlık kavramı, sadece gönüllülük esasına dayanarak yapılan ve hayırseverlik davranışından meydana gelmeyen, şirketin bütün iş süreçlerindeki sorumlulukları içine alan bir kavram olarak nitelendirilmektedir (Tunçel, 2011:82).

Davranış Kodları: İşletmenin sosyo-ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirmesi sırasında topluma karşı ne şekilde davranacağını taahhüt eden “davranış kuralları” olarak ifade edilmektedir. Gönüllülük ilkesine dayanarak toplumu bilgilendirmek esas özellikleri arasında yer almaktadır. Davranış kodları, işletme ve paydaşları arasındaki ilişkileri düzenleyen yazılı bir öncü niteliği taşımaktadır (Yalman, 2018:16). Davranış kodlarının ortaya çıkmasında ise uluslararası kuruluşlar etkili olmuşlardır. Çalışan hakları, tedarikçi hakları, emeğin sömürülmemesi, çalışma koşullarının iyi düzeye getirilmesi ve çevreye verilen zararın minimum düzeye indirilmesi uluslararası kuruluşların belirledikleri davranış kodları arasında yer almaktadır. Bu kodlar kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimine büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Ayrıca, bu kodlarla birlikte işletmelerin sosyal sorumlulukları da artma eğilimi göstermiştir (Öztürk, 2009:44-46).

Kurumsal Hayırseverlik: İşletmenin bir fayda beklemeden nakit veya benzeri katkılarını ifade eden ve özgeciliğe dayanan bir kavram olarak ifade edilmektedir (Balıkçioğlu ve Karacaoğlu, 2007:131). İşletmeler vakıflar kurarak veya var olan vakıfları destekleyerek

topluma doğrudan destek sağlamaktadırlar. Hayırseverlik anlayışını işletme stratejileri ile doğrudan ilişkilendiren işletmeler bazı kazanımlar elde etmektedirler. Bunlar; işletme imajının artması, istekli işgücünün işletmeye çekilmesi, çalışanların verimliliğinin artması, araştırma ve geliştirme giderlerinin azalması olarak sıralanabilir. Bunların yanı sıra, bütün paydaşların temel çıkarlarının korunması, kaynakların etkin kullanılması da kurumsal hayırseverliğin yararları arasında yer almaktadır (Ersöz, 2007:36; Soysal, 2019:13).

Sürdürülebilir Kalkınma: Bir soruna yönelik çözüm bulma olarak ifade edilmektedir. Çevresel, ekonomik ve sosyal politikaların topluma yansımalarını, toplumu nasıl etkilediğini içine alan bir kavramdır (Tutulmaz, 2012:611). Çevresel değerlerin ve doğal kaynakların gereksiz bir şekilde kullanılmadan akıllı şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Doğal kaynakların korunması, doğal dengenin bozulmaması, insan sağlığının korunmasıyla birlikte ekonomik kalkınmanın sağlanması amaçlanmaktadır. Çevreye verilen zararlar ve kaynakların azalması her ne kadar kaçınılmaz bir durum olsa da verilen bu zararların çevreye yeniden geri dönüşümünün sağlanması oldukça önemlidir. Diğer yandan, kaynaklar savurgan şekilde kullanılmamalı ve gelecek nesillerin de kendi ihtiyaçlarını karşılamalarına fırsat verilmelidir (Tıraş, 2012:60-61). Sürdürülebilir kalkınma ile kurumsal sosyal sorumluluk kavramları birbirini tamamlayan kavramlar olarak ifade edilmektedirler. Sürdürülebilir kalkınmanın başarılı olmasında kurumsal sosyal sorumluluk kilit bir rol oynamaktadır. Bunun nedeni ise, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin topluma, çevreye, ekonomiye katkı sağlar nitelikler taşımasıdır (Engin ve Eker Akgöz, 2013:91).

Kurumsal Yönetişim: Kurumlardaki üst idarenin yönetilmesi olarak tanımlanan kavram, yönetilmenin yanında denetimi de sağlayan sistematik bir süreci ifade etmektedir. Kurumsal yönetişim, kurum üzerinde hak sahibi olanlar (ortaklar, paydaşlar ve yönetim) arasında, üstlenilen sorumlulukların ne olduğu ile ilgili yol gösteren ve kurumun iç işleriyle ilişkili

karar alma sürecini ele alan bir kavramdır (Coşkun ve Akcan, 2018:65). İşletmelerin yönetildiği bir sistem olan kurumsal yönetim kavramı, işletmenin amacına ulaşmasıyla birlikte performansın artmasını sağlamaktadır. Şeffaflık, sorumluluk, adillik ve hesap verilebilirlik kurumsal yönetimin ilkeleri olarak benimsenmiştir. Ayrıca, işletmelerin kurumsal yönetim uygulamalarının işletme değerini arttırdığı da ifade edilmektedir (Caba, 2014:19).

1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Gelişim Süreci

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının alan yazındaki tarihsel gelişim süreci, genel olarak üç aşamada incelenmektedir. Bunlar; (1) işletme öncesi süreç, (2) sanayi devrimi öncesi süreç, (3) sanayi devrimi ve sonrası süreç olmak üzere ele alınmaktadır. İşletme öncesi süreç sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkış süreci içerisinde incelenmiştir. Sanayi devrimi öncesi süreç ile sanayi devrimi ve sonrasını kapsayan süreç ise bu bölümde incelenecektir.

Sanayi Devrimi Öncesi Süreç: M.S. 1100'den 1800'e kadar uzanan süreci kapsamaktadır. Bu süreç; bilimsellikten uzak, küçük ölçekli işletmeleri, sipariş üzerine üretim yapmakta olan dükkânları ve işletmeyle ilgili çalışmalarını kapsamaktadır (Dalkıran, 2015:8). Sanayi Devrimi öncesi dönemde Avrupa'daki merkantilist anlayış, devletin sosyal sorumluluklar bağlamında toplumla ilgili her türlü karar verme yetkisine olanak sağlıyordu. Merkantilizm düşünce, devletin ekonomik yaşamda yer alması, ithalatta ucuz olmayan gümrük duvarlarının engellemesini isteyen bir yaklaşım olarak ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşıma göre, ulusal hazinenin toplumun refahı, tüketici ya da işçi yararı gibi unsurlarla alakası yoktur (Kaya, 2013:10). Bu dönemde, gücün devletin elinde olması ve devletin güçlenmesi önem arz etmektedir. Bundan dolayı çalışanlara düşük ücret verilmesi sebebiyle gelir dağılımında bozulmalar meydana gelmiştir. Dolayısıyla, halkın yoksullaşması ve enflasyon gibi

kaçınılmaz sorunlar ortaya çıkmıştır. Devlet, zayıf ülkeleri sömürmekte ve bu ülkelerin kaynaklarını ve işgücünü kullanmaktadır. Bu yaşananlara rağmen istisnai olarak 1800'lü yıllarda ABD'de işletmelerin bağış yapması, topluma yönelik hayırsever yaklaşımlar izlemesi sosyal sorumluluğa yönelik örnek davranışları temsil etmektedir (Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009:33). Anadolu'da ise İslamiyet'in yardımlaşma, toplumsal dayanışma ve toplumsal sosyalleşme gibi kavramları bünyesinde bulundurması ve dinin yoksullara zekât vermeyi buyurması sosyal sorumluluk kavramının Anadolu'da Avrupa'ya göre daha ileri düzeyde olduğunu göstermiştir (Dalkıran, 2015:9). Anadolu'da sosyal sorumluluk kavramının daha çok gelişmesinde Ahilik anlayışı ve loncaların büyük etkisi olmuştur. Ahilik, belirli bir sistematik yapıya sahip esnaf ve sanatkâr birliklerine verilen isimdir. Anadolu'daki esnaf ve sanatkâr kuruluşlarının eleman yetiştirmesini, işleyişini ve kontrolünü üstlenen bir kurum olarak nitelendirilmektedir. Ahilik, dayanışma kültürünü destekleyen bir yapıya sahiptir. Temel amacı ise; üreticiyle tüketici, zenginle fakir, emekle sermaye, toplumla devlet olmak üzere toplumun bütün kesimini içine alan ve bireylerle kurumlar arasında iyi bir iletişim kurarak herkesin huzur içinde yaşamasını sağlamaktır. Loncalar da, ekonomik yaşamın ahlaki sınırlarını, çalışanların çalışma koşullarını, esnaf ve zanaatkârlara önem verilmesini sağlayan düzenleyici bir role sahiptir. Sanayinin gelişmesi ve loncalardaki çalışan sayısının artması ise sistemin çarklarının dönmesini zorlaştırmaya başlamıştır. Sanayi Devriminden sonraki süreçte loncaların etkisi azalmaya başlasa da sosyal sorumluluğun gelişimine önemli katkılar sunmuşlardır (Korkmaz, 2009:28-29; Bayram, 2012:83-85-111). Ayrıca, Sanayi Devrimiyle birlikte yaşanan sorunlar neticesinde, işçi sendikaları da oluşmaya başlamıştır. İşçi sendikaları da yönetim ve işletmecilik alanında toplumsal açıdan güçlü ilerlemelerin kaydedilmesini sağlamıştır (Özgüven, 2010:11).

Sanayi Devrimi ve Sonrası Süreç: 1800'lü yıllardan II. Dünya Savaşına kadar olan yılları kapsamaktadır. Sanayi Devriminin oluşmasını sağlayan iki büyük etken vardır. Bu etkenlerden birincisi, Adam Smith'in klasik iktisadi görüşüdür. Adam Smith, ekonomide her şeyin dengede olduğunu ve hiçbir müdahale yapılmaması gerektiğini, ekonominin görünmez bir el tarafından yönlendirildiği görüşünü savunmaktadır. İkinci etken ise; buhar gücünün enerji kaynağı olarak kullanılması ve makineleşmedir. Bu etkenlerden birincisi, yönetim anlayışı için gerekli olan düşüncelerin ortaya çıkmasını sağlarken, ikinci etken değişik bir işletme anlayışının gelişmesini sağlamıştır. Ortaya çıkan yönetim anlayışı sosyal sorumluluk kavramının da oluşumunu desteklemiştir. Yeni yönetim anlayışı ve seri üretimin ortaya çıkmasıyla üretim alanında tarımdan endüstriye bir geçiş yaşanmıştır (Korkmaz, 2009:29). Sanayi Devriminin yaşanmasıyla birlikte üretimdeki artmalar ve insanlar kendi ihtiyaçlarının dışında başkalarının da ihtiyaçlarını karşılamaya yönelmeleri ise ticarileşmeyi başlatmıştır. Avrupa ve Amerika'da yaşanan bu gelişmeler 1800'lü yılların sonunda sosyal sorumluluğun kavramsal olarak tanımlanmaya başlanmasını sağlamıştır. Endüstrileşme ve büyük ölçekli şirketlerin ortaya çıkmasıyla sosyal sorumluluk kavramı da belirginlik kazanmıştır (Harman, 2010:11). Bu dönemde üretim politikaları geliştirilmiş ve yeni istihdam alanlarının oluşturulması hedeflenmiştir. İşletmeler ise sadece kâr elde etmeye odaklanmıştır. Bu odaklanma sonucunda; çalışan ve tüketici hakları göz ardı edilmiş, üretim sonucunda çevreye verilen zararlar umursanmamış ve bu doğrultuda toplum zamanla bilinçlenmiş ve işletmelere karşı beklentileri değişime uğramıştır (Güngör, 2016:9). Toplum, işletmelerin uygulamalarına karşı tepki göstermeye başlamıştır. Bununla birlikte, İngiltere ve Fransa'da kadın ve çocuk işçilerin iş görme koşulları yeniden düzenlenmiştir. Sanayileşmenin gelişimiyle işçilerin sömürülmesi ve yoksulluğun giderek daha fazla yaygınlaşması sonucunda bazı özel kurumlar yardım faaliyetlerine odaklanmışlardır

(Öztürk, 2010:17). 1848’de Kamu Sağlığı Kanunu’nun kabul edilmesiyle birlikte işletmeler iş görenlerin ve toplumun beklentilerine daha hassas davranmaya zorlanmışlardır (Aydınlioğlu, 2018:15).

Sanayi Devrimi sonrasında, işletmelerin maksimum kâr anlayışı gittikçe topluma ve işletmenin çevresine zarar vermeye ve işletmelerin gücünü kötüye kullanmaları gibi problemlere yol açmıştır. İşletmelerin yatay ve dikey birleşmeleri, dev işletmelerin ortaya çıkışıyla birlikte işletme, işçi, tüketici arasındaki denkliğin göz ardı edilmesiyle devletin yasal önlemler alması gerekmiştir (Korkmaz, 2009:31). 1900’lü yıllara gelindiğinde ekonomik hayat hızlı ve dinamik bir şekilde varlığını sürdürürken, I. Dünya Savaşı ve onu izleyen Ekonomik Buhran’ın yaşanması sonucunda işletmeler yeni stratejiler geliştirmek zorunda kalmışlardır. 1929 yılında yaşanan New York Borsası’nın çökmesiyle birlikte ekonomik hayat da dinamikliğini kaybetmiştir. Tüm dünyayı etkisi altına alan ekonomik buhran, toplumsal yaşamda da etkisini göstererek iş yaşamı ve ekonomik yaşamda büyük değişimlere sebep olmuştur. Bu dönemde yaşanan kriz sonucunda, büyük işsizlikler meydana gelmeye başlamış ve satın alma gücündeki azalmalar ile büyük işletmelerin art arda kapanması gibi istenmeyen durumlar ortaya çıkmıştır. Yaşanan bu değişimler kurumsal sosyal sorumluluk kavramının fitilini ateşlemiştir (Berker, 2008:29-32; Sohodol Bir, 2008:25). Gerek I. Dünya Savaşı ve gerekse de ekonomik buhranın yaşanması sonucunda; istihdam, yatırım, fiyat gibi unsurlara önem verilmiş ve bu doğrultuda çalışmalar yapılmasıyla birlikte, savaş sonrası işsiz kalan bireylerin problemlerine çözüm bulma anlayışı, sendika hareketleri ve işçilerin belirli bir güç kazanmaları doğrultusunda değişimler yaşanmıştır. Bu değişimler sonucunda sosyal sorumluluk faaliyetleri yeni bir bakış açısı kazanmıştır (Sohodol Bir, 2008:25). II. Dünya Savaşıyla birlikte, işletmeler sosyal yaşamda önemli birer varlık haline gelmişlerdir. Yetişkin bireylerin savaşa gönderilmesi, işletme

çalışanlarının kadın ve yaşlılardan oluşmasından dolayı çalışanları motive etmek amacıyla iktisadi teşvikler sağlanmış ve insancıl yaklaşımların benimsenmesiyle işletmeler sosyal bir yapı olarak nitelendirilmişlerdir (Korkmaz, 2009:32).

1950'lilerden itibaren yeni bir ivme kazanan kurumsal sosyal sorumluluk kavramından ilk bahseden Oliver Shelton'un "Yönetim Felsefesi" (The Philosophy of Management) kitabıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramından ilk bahseden makale ise 1953 yılında Howard R. Bowen'in "İş Adamının Sosyal Sorumlulukları" (Social Responsibilities of the Businessman) adlı makalesidir. Bowen, "işletmelerin karar alırken sosyal etkileri de göz önünde bulundurmaları" görüşünü savunurken, Oliver Shelton ise, "işletmenin topluma sağlayacağı faydalar üzerine odaklanması" gerektiği görüşünü savunmaktadır (Alkan, 2004:4; Coşkun, 2008:68). Howard R. Bowen'in "İş Adamının Sosyal Sorumlulukları" adlı makalesi ile kurumsal sosyal sorumluluk kavramının temelleri atılmıştır. Bowen konuyla ilgili yazdığı diğer eserlerle de "Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Babası" olarak bilinmektedir. Bu eserlerinde, işletme faaliyetlerinin toplumun değer yargılarıyla uyumlu olması gerektiğinden bahsedilmektedir. 1950'li yıllarda işletmelerin büyümesi ve güç kazanması kurumsal sosyal sorumluluk kavramının öneminin büyük ölçüde artmasını sağlamıştır (Bayraktaroğlu, İltter ve Tanyeri, 2009:35). 1950'lerden sonra bireycil olarak kâr elde etmek ve sürekliliğinin sağlanması düşüncesi bütün dünyada değişime uğramaya başlamıştır. Bireycil kesimin kâr elde etmek istemesinin yanında kurumsal sosyal sorumluluk düşüncesi de yerini almıştır. Toplumsal sorumluluk anlayışıyla elde edilen kârın bir miktarının gönüllülük anlamı taşıması ve gelecekte daha büyük kâr elde edebilme düşüncesinin temellerinin oluşturulması amaçlanmıştır. İşletme kârı ve kâr dışı faaliyetlerin orta noktada birleşmesiyle meydana gelen kurumsal sosyal sorumluluk, işletme imajına da olumlu etkilerde bulunmaktadır. Toplumun "kurumsal sosyal sorumluluk sahibi"

olan işletmeleri daha çok benimsemeye başlaması işletme imajının artmasını sağlamıştır (Akyar, 2008:17).

1950 ve 1960 yılları arasında “İş adamının sorumlulukları” anlayışından “kurumsal sosyal sorumluluk” anlayışına doğru bir geçiş yaşanmıştır. 1970’li yılların başında Birleşmiş Milletler kapsamında, UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı) uluslararası işletmeler için davranış standartları geliştirerek gönüllülük esasına dayalı kullanımı benimsetmeye çalışmıştır. Bundan sonraki süreçte, uluslararası diğer kuruluşlar da bu kapsamda faaliyetleri uygulamaya girişmişlerdir.

1960’lı yıllardan sonra kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında, çevresel şartların da etkisiyle toplumun menfaatlerini gözeten işletme anlayışı gelişmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk yazınında da, 1971 yılında yönetim alanında büyük öneme sahip olan Academy of Management altında “Yönetimde toplumsal konular” başlıklı bir bölüm oluşturulmuştur. Böylece akademik anlamda araştırma yapanlara ve konuyla ilgili olarak araştırmacıların bilgi alışverişi yapmalarına olanak sağlanmıştır (Yamak, 2007:40-44). Carroll 1979 yılında, daha önceden yapılmış olan araştırmalar kapsamında kurumsal sosyal sorumluluğun; ekonomik, hukuki, ahlaki ve gönüllülük olmak üzere dört unsuru olduğunu ifade etmiştir.

1970 yıllarında eleştirilere neden olan işletmenin sadece kâr elde etmesi ve çevre ile topluma yönelik fazla önem vermemesi görüşü, 1980’lerde yerini, işletmenin tek amacının kâr sağlamak olmadığı çevreye ve topluma karşı da sorumlulukları olduğu görüşüne bırakmıştır (Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009:35). 1980’li yılların başlarında ortaya çıkan ekonominin durgunluğu, vergi hukukundaki değişiklikler, gelir kesintilerinin yapılması gibi konular kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına ve sivil kuruluşlara para

akımının önünü kesmeye başlamıştır. ABD’de hükümetiyle işletme sorumlulukları konusundaki standartlar esnetilmiştir. Bununla birlikte hissedarlara olan sorumluluklar yeniden önem kazanmış ve diğer sorumluluklar geride kalmıştır. Ancak, sosyal sorumluluk kavramı şirket kültürüne yerleştiği için tamamen önemini kaybetmemiştir. 1987 yılında Birleşmiş Milletler Çevre ve Gelişme Komisyonunun “Ortak Geleceğimiz” adlı (Brundtland Raporu) yayımlanan raporuyla birlikte işletmeler ve çevre kuruluşlarının işbirliğinin arttığı gözlemlenmiştir (Yamak, 2007:53-54).

1980’lerden sonra ilk olarak haberleşmenin gelişimi ve bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler rekabetin daha yoğun bir şekle dönüşmesini sağlamıştır. Bu gelişmelere bağlı olarak toplumun da gelişim göstermesi, işletmeleri toplumun refah düzeyini artırıcı çalışmalara yöneltmiştir. 1990 yıllarında, insani değerler önem kazanmış ve artan eğitimle birlikte bireylerin refah düzeyindeki artışlar, bireyin beklentilerinin de artmasını sağlamıştır. İşletmelerin kâr elde edebilmesi ve sürekliliğini sağlayabilmesi için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri zorunlu bir hal almaya başlamıştır (Alkan, 2004:5). Kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili yapılan çalışmalar 1990’lı yıllarda yönetim ve genel işletme alanıyla daha iyi bir bütünleşme sağlamıştır. Yönetim alanında bu konuda çalışmaların artması ve literatürde daha fazla çalışmaların bulunmasıyla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk bir alan olarak kendini göstermeye başlamıştır (Yamak, 2007:82).

2000 yılı ve sonrasına gelindiğinde ise, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha fazla yaygınlaşmasıyla yeni pazar modelleri, yeni ölçümler ve yeni roller oluşmuştur. Bu roller; derecelendirme kuruluşları, müşavirler, sermayedarlar, yeni sorumluluklar olarak ifade edilmektedir. Önceleri devlet eliyle yapılan düzenlemeler yerini bu yeni işleyişlere bırakmıştır (Yamak, 2007:82). Son yıllarda, toplum ve iş dünyası arasında ciddi değişiklikler yaşanması kurumsal sosyal sorumluluk sürecinin de gelişmesinde aktif bir rol oynamaktadır.

2000’li yıllarda sivil toplum örgütleri ve işletmeler arasındaki ilişki güçlenmiştir (Akgeyik, 2007:66). Kurumsal sosyal sorumluluğun yaygınlaşmasında rol alan birçok uluslararası örgüt ortaya çıkmıştır. Bu örgütler; Dünya Bankası, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı, Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve diğer uluslararası kuruluşlardır. Nitekim Avrupa Birliği tarafından 2005 yılı da “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yılı” olarak ilan edilmiştir (Bayraktaroğlu, İltter ve Tanyeri, 2009:36). Son zamanlarda daha fazla ilgi görmeye başlayan çevre kirliliği, hammadde ve enerjideki eksiklikler, işletmelerin tekel niteliği kazanması, siyasi sorunlar, işletmenin iç ve dış çevresinde yaşanan sorunlar bağlamında işletmeler toplumsal fayda sağlayan çalışmalara yönelmişlerdir (Korkmaz, 2009:33). Bilgi teknolojisinin gelişimi ve bu doğrultuda değişiklik gösteren medya ile birlikte, işletmelerin şeffaf olmalarına yönelik toplumun talepleri de artmıştır. Tüketiciler ürünlerini satın aldıkları işletmelerin sorumluluklarını yerine getirip getirmediğini sorgulamaya başlamışlardır.

Günümüz işletmeleri ise, topluma yarar sağlamak amacıyla sosyal, ekonomik ve çevresel alanlarda çalışmalar sürdürmeye devam etmektedirler. Bu çalışmalar işletmeye; kurumsal imaj, örgütsel verimlilik, etkili pazarlama stratejileri ve etkili performans olarak katkı sağlamaktadır (Güngör, 2016:13). Bugün kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının faaliyet alanına ağırlıklı olarak sağlık, eğitim, çevre ve topluma destek uygulamaları girmektedir. Bu uygulamaları ayrıntılı şekilde ifade etmek gerekirse; yaşam standardının yükselmesi, toplumsal açıdan yaşamı kolaylaştırma, bölgesel kalkınmayı destekleme, toplumsal güven, doğal çevreyi koruma, istihdam olanakları, kültürel varlıkların korunması ve gelecek nesillere ulaşmasını sağlama, çevreye yönelik yatırımlar ve yeni doğal alanlar oluşturma gibi geniş bir uygulama alanı vardır (Gürel, 2010:118). Bugün kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının kendine geniş bir alanda yer bulması işletmelerin, bir plan

çerçevesinde hareket etmelerini ve stratejiler geliştirmelerini sağlamaktadır (Tamer, 2019:1120).

Tüm bu anlatılanlardan hareketle aşağıdaki Tablo 2’de kurumsal sosyal sorumluluk kavramının yıllar itibariyle boyutlarına yer verilmiştir. 1950 ve 2000’li yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tanımlanmaya başlanmasından dolayı bu yıllar esas alınmıştır.

Tablo 2: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Yıllar İtibariyle Boyutları (1950-2000)

YILLAR	BOYUTLAR
1950’li Yıllarda:	Topluma karşı mecburi yükümlülükler,
1960’lı Yıllarda:	İşletme ve toplum arasındaki irtibat,
1970’li Yıllarda:	Ekonomik, yasal, etik ve hayırsever sorumluluklar, mahalle sorunlarının çözülmesi, yaşam seviyesinin artırılması, sosyal performansın önemi,
1980’li Yıllarda:	Sendika sözleşmeleri, ekonomik kârlılık, etik ve sosyal destekleme,
1990’lı Yıllarda:	Paydaşların ortaklığı, toplum desteği, çevre yönetimi, insan unsuru,
2000’li Yıllarda:	Etik uygulamalar, ekonomik düzeyde kalkınma, toplumun refah seviyesini yükseltme, çevreyi koruma, işçi ve insan hakları uygulamaları, illegal işlerle mücadele etme.

Kaynak: Rahman, 2011: 166-173.

1.6.Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Gelişimine Etki Eden Faktörler

İktisadi faktörler, politik faktörler ve toplumsal faktörler kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimine etki eden faktörlerdir (Aktan ve Börü, 2007:17).

1.6.1.İktisadi Faktörler

1900’lü yıllara gelmeden önce yaşanan Büyük Sanayi Devrimi’nde İngiltere’de meydana gelen ve zamanla etkisini farklı alanlarla birlikte iktisadi alanda da gösteren liberalizm, iktisadi anlamda dış alım ticaretinde serbestliği, gümrük vergilerinin kalkmasını,

serbest rekabeti savunmuş ve devletin iktisadi yaptırımlarına ciddi şekilde karşı çıkmıştır. 1929 yılında bütün dünyayı etkileyen Ekonomik Buhran'da iktisadi ve toplumsal olmak üzere birçok alanda değişimlere sebep olmuştur. Yaşanılan değişimlerle birlikte devlet, gerek işletme faaliyetlerinde gerekse üretimde önemli bir rol üstlenmeye başlamış ve sosyal sorumluluk kavramının temeli atılmıştır (Furan, 2019:7).

Kurumsal sosyal sorumluluğun uygulanış biçimleri açısından o yıllardaki iktisadi durumu ele alan birçok örneğe ulaşmak mümkündür. Örneğin Peter Frankental, Fransız Devriminin yaşandığı yıllarda Joseph Rowntree adlı bir girişimcinin sahibi olduğu çikolata fabrikasında, maddi durumu iyi olmayan işçilere eğitim ve ev temini yaptığından söz etmektedir. 20. yüzyılda Amerika'da kurumsal sosyal sorumluluk kavramının önemi gittikçe anlaşılmaya başlanmış ve halkın çoğunluklu bir kısmı tarafından önemi belirtilmeye çalışılmıştır. Zira bu yıllarda Amerika'da faaliyet gösteren işletmeler tekeli çalışmalar uygulayarak rekabeti engelleyici davranışlar sergilemekle eleştirilmişlerdir. Bu eleştiriler neticesinde, haksız veya tekeli uygulamaların sınırlandırılması amacıyla anti tröst yasalar ve müşteri hakları gibi uygulamalar geliştirilmeye başlanmıştır (Aktan ve Börü, 2007:17).

1.6.2.Politik Faktörler

20. yüzyıl içerisinde, bilhassa II. Dünya savaşının yaşanmasından sonra dünya genel olarak iki kutuplu bir yapı olarak şekillenmiştir. Bu süreçte bütün dünyada demokratikleşme eğilimleri artış göstermiştir. Ayrıca yine bu süreçte bireylerin lehine insan haklarında gelişmeler gözlemlenmiştir. Toplum içerisinde bireyin öneminin artması, işletmeler açısından da bireyin ve toplumun öneminin artmasını sağlamıştır. İşletmeler; bireylere hem bir çalışan, hem bir müşteri hem de bir yatırımcı vb. olarak daha fazla önem vermeye başlamışlardır (Yıldırım, 2013:14).

1.6.3.Toplumsal Faktörler

Dünya da 1900’lü yıllarda toplumların birbiriyle olan etkileşimleri ve iletişimleri artmıştır. Bireylerin öncelikle kendi toplumu içerisinde yaşayan bireylerle daha sonra da diğer toplumdaki bireylerle etkileşiminin ve iletişimin artması, bireylerin toplum içerisinde örgütlü birer yapı olarak hareket etmelerine olanak sağlamıştır. 1930’lu yıllar çalışanların sendikalar aracılığıyla haklarını savundukları, daha iyi bir iş, ücret ve yaşam standardı istemeye başladıkları toplumsal dönüşüm yılları olarak kabul edilmiştir. Yine bu yıllarda bireyci ve yararcı olarak adlandırılan ahlak felsefesi, yerini sosyal ahlak anlayışına bırakmıştır (Aktan ve Börü, 2007:17). Küreselleşme sonucunda sınırların kalkması ve yerel pazarlarda çok uluslu işletmelerin etkin bir şekilde görev almaları, toplumlar arasındaki etkileşimin ve farkındalığında artmasını sağlamıştır. Yaşanılan bütün bu dönüşümler, işletmeleri toplumla daha iyi ilişkiler kurmaya itmiştir. Yine bu dönüşümlerin ve değişimlerin sonucunda çok uluslu işletmelerin toplumun farklı kesimleriyle iyi ilişkiler geliştirmesi ve bu kesimlerin gözünde meşruiyet(yasallık) edinme çabaları artmıştır (Yıldırım, 2013:14).

Netice olarak, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkmasında etkili olan birçok neden bulunmaktadır. Bu nedenleri şöyle özetlemek mümkündür (Akıncı Vural ve Coşkun, 2011:66);

- ❖ Devletin iktisadi yaşama yönelik müdahalelerinin artması ve bunun sonucunda, yöneticinin birtakım sınırlamalarla karşı karşıya kalması,
- ❖ Nüfusun artması ve bununla birlikte işsizliğin büyük bir soruna dönüşmesi,
- ❖ Küreselleşmeyle birlikte uluslararası politik ve ekonomik rekabetin artması sonucunda, ulusların ve işletmelerin yönetiminde bazı değişikliklerin meydana gelmesi,
- ❖ Bireylerin örgütlere üye olmasıyla birlikte örgütsel gücün artışı,

- ❖ Demokratikleşme ve hümanizme olan ilginin giderek artmasıyla birlikte, bireyin daha güçlü bir hale gelmesi ve İnsan Hakları Beyannamesi'yle bireyin politik ve toplumsal gücünün artması şeklinde sıralanmaktadır.

1.7.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

Genel olarak literatürde kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımları Klasik (Geleneksel) Yaklaşım ve Modern Yaklaşım olarak ele alınmaktadır.

1.7.1.Klasik (Geleneksel) Yaklaşım

Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımı, Milton Friedman tarafından geliştirilmiş bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım Friedman yaklaşımı olarak da adlandırılmaktadır. Örgütsel sosyal sorumluluğun klasik açıdan önde gelen düşünürlerinden olan ünlü iktisatçı Milton Friedman, “İşletmelerin tek bir sorumluluğu vardır o da kârı maksimize etmektir” görüşünü ileri sürmektedir. Bu görüşe dayalı olarak, işletmelerin topluma karşı ahlaki değerler ve yasal kurallar içerisinde ulaşabilecekleri en fazla kârı çalışarak icra etmeleri, topluma en iyi hizmeti lütfettikleri şeklinde açıklanmaktadır. Friedman, işletme yöneticilerinin sadece işletmeye sermaye koyan hissedarlara karşı sorumlu olduklarını ve hissedarlarının çıkarları doğrultusunda işletme kârının artırılması gerektiği düşüncesini savunmaktadır. Aksi takdirde işletme sorumluluklarının kârı arttırmak dışında sorumluluğu olmadığını ve sorumlulukların bireysel açıdan değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Yine bu görüş doğrultusunda, işletmenin kârlarını dağıtmadan iç finansmanda kullanması gerektiği ön plandadır. Yeni ürün ve hizmet yatırımlarıyla toplumun refah seviyesinin yükseleceği düşünülmektedir. Aksi takdirde toplumsal projelere ödenen mevduatların geliri azaltacağı ve ekonomiye de katkısının azalacağı düşüncesi savunulmaktadır. Sonuç olarak da yine toplumun zarar göreceği ifade edilmektedir (Sohodol Bir, 2008:47; Torlak, 2003:33).

Klasik yaklaşım, işletmeleri kapalı sistem yapıları olarak kabul etmektedir. Kapalı sistem yapısı, işletmenin toplumla ilişkisi olmaması veya çok az derecede olmasıdır. İşletme içinden dışarıya çıktı akışının olması fakat dışarıdan içeriye girdi sağlanamaması olarak da ifade edilmektedir. Amaç ise; işletmenin sürekli artı bir değer sağlamak istemesidir. Klasik yaklaşım sosyal sorumluluk bağlamında, işletmenin ekonomik yapısını ele almakta ve işletme sahibinin kişisel olarak bağış yapabilmesini kabul etmektedir (Aydınlıoğlu, 2018:18).

Milton Friedman'ın klasik görüşünün kaynağı ise ünlü ekonomist Adam Smith'e dayanmaktadır. Adam Smith "kâr yap ve kanunlara uy" görüşü doğrultusunda yasal kurallara uyarak kârın arttırılmasını hedeflemiştir (Karakaş Tandoğan, 2009:55). Adam Smith'in bu görüşünden etkilenen Friedman ise, toplumun refah seviyesinin yükseltilmesinde işletmelerin veya devletin bu doğrultuda herhangi bir faaliyette bulunmaması gerektiğini, toplumsal refah seviyesinin arttırılmasının kişisel bağışçıların faaliyetleri doğrultusunda gerçekleştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Ayrıca, sosyal sorumluluk açısından faaliyetlerin gerçekleştirilmesi isteniyorsa, bunların kişisel çıkarlar doğrultusunda değil, işletme çıkarlarını arttırması doğrultusunda gerçekleştirilerek işletmelerin meşruiyet kazanmaları istenmektedir (Furan, 2019:15).

Klasik düşünürlere göre, aşağıda yer alan bazı hususlar bahsi geçen iddiaları destekler niteliktedir (Şimşek, Çelik ve Akgemci, 2015:373);

- En yüksek kâr, toplumsal kaynakların çok iyi kullanıldığıının göstergesidir,
 - İşletmeler kâr odaklı yapılardır, sosyal hedefleri yürüten yapı olarak ifade edilemezler,
 - İşletmeler, bireylerin ve toplumun yaşamını, değer yargılarını yöneten yapılardır.
- Bundan dolayı aşırı güçlenmelerinin kısıtlanması gerekmektedir.

Netice itibariyle bu yaklaşımda, 1930 ve sonrasında insan ilişkileri yaklaşımını izleyen yönetsel kuramlarla birlikte radikal değişimler yaşanmıştır.

Friedman'ın savunduğu klasik yaklaşımda, görüldüğü üzere işletmelerin sosyal sorumlulukları çok dar şekilde değerlendirilmiştir. Henüz, işletmelerin faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan hava kirliliği, çevre kirliliği, insan sağlığı gibi sosyal etkilerin varlığının tam olarak hissedilmediği bir dönemde, bu görüş savunulabilir bir yaklaşım niteliği taşımaktadır. Ancak, günümüz şartlarına göre değerlendirilebilecek ve işletmelerin sosyal sorumlulukları açısından kabul görececek bir yaklaşım olarak uygun değildir (Torlak, 2003:35).

1.7.2.Modern (Çağdaş) Yaklaşım

Tek başına işletmeyi değil, işletmenin çevresini de temel alan modern yaklaşım, klasik yaklaşımın yetersiz olması nedeniyle doğmuştur. Klasik yaklaşımın aksine, modern yaklaşım işletmelerin çevresiyle etkileşimine odaklanmaktadır. Modern yaklaşım, işletmelerin kendi menfaatlerinin yanı sıra toplumun menfaatlerini de gözeterek, topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmesi gerektiği görüşünü savunmaktadır (Uğur, 2018:28).

Modern yaklaşım, Freeman (1984) tarafından geliştirilmiş olan “Sosyal Paydaş” görüşünden etkilenmiştir. Bu görüşe göre, işletme yöneticilerinin iş görenlere, tedarikçilere, kendi işletmelerine, pay sahiplerine ve topluma karşı yükümlülükleri olduğu savunulmaktadır (Uğur, 2018:28). Toplumun işletmeyi sorumluluklarını yerine getiren bir işletme olarak görmesi işletmenin sürekliliği için büyük önem arz etmektedir. İşletmenin toplumsal sorunlara gereken önemi vermesi sayesinde uzun vadede kâr sağlayacağı düşünülmektedir. Bu sayede, işletme hem kâr elde edecek hem de toplumun refah düzeyini arttıracaktır (Ata, 2018:11). Modern yaklaşım görüşüyle birlikte (Demirel, 2018:10);

- Paydaşların yaşam düzeyinin yükseltilerek sürdürülebilirliğin devamlılığı,

- Çevreye uyum sağlayan mal ve hizmet üretiminin sağlanması,
- Çevredeki kaynakların korunması ve doğru şekilde kullanılmasıyla birlikte toplumun bilinçlendirilmesi gibi stratejiler önem kazanmaktadır.

Neticede modern yaklaşım, kurumsal sosyal sorumluluğun işletmeler için bir gereklilik olduğunu savunmaktadır. İşletmenin sorumluluğu dâhilinde olan varlıklar ve alanlar ise aşağıda yer almaktadır (Alınışık ve diğ., 2011:84):

- Ortaklar (mali sorumluluk),
- Çalışanlar (çalışma imkânlarının geliştirilmesi, iş sağlığı ve güvenliği),
- Müşteriler (kaliteli mal, müşteriye memnun etme, müşterinin hakkını koruma),
- Hükümet (yasa ve kuralları ihlal etmeme, vergiden kaçmama, çalışanlara istihdam olanağı),
- Toplum (yaşam refahı, toplumsal sorunlara karşı çözüm odaklı olma),
- Rakipler (haksız rekabetin önüne geçilmesi),
- Ekoloji ve çevre (doğal çevrenin korunması, kaynak tasarrufu yapılması, çevre kirliliğini önleme).

Bu bağlamda, işletmenin sosyal çevreye katkı sağlamasının işletme ve toplum için faydalı olacağı ifade edilmektedir. İşletmenin devamlılığını sağlaması amacıyla toplumsal desteklenmeye ihtiyaç duyduğu ve sosyo-ekonomik bir kaynak olarak önemli bir hale getirilmesi modern yaklaşım açısından oldukça önemlidir (Top ve Öner, 2008:102).

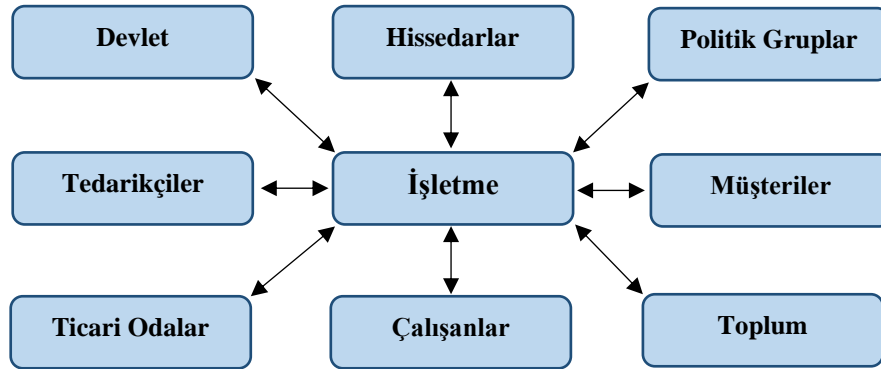
Modern Yaklaşım çerçevesinde, kurumsal sosyal sorumluluk alanında önemli olan iki farklı teorik çalışma bulunmaktadır. Bunlar; sosyal paydaş teorisi ve kurumsal sosyal sorumluluk piramidi olarak ikiye ayrılmaktadır (Pusak, 2014:18).

1.7.2.1. Sosyal Paydaş Teorisi

Sanayi Devriminin yaşanmasından itibaren işletmeler belirli bir döneme kadar sadece kâr elde etmeyi amaçlamışlardır. İşletmeler, ürün veya hizmetlerin nasıl üretildiğini önemsememiş, sadece satış odaklı hareket ederek kârlarını arttırmayı hedeflemişlerdir. Ancak, yaşam standartlarının artış göstermesi, rekabet ortamının ortaya çıkması gibi gelişmeler beraberinde işletmelere, topluma karşı yerine getirmesi gereken bir takım sorumluluklar yüklemiştir. Kurumsal sosyal sorumluluğun iş yaşamı için önemli bir zorunluluk haline gelmesiyle birlikte paydaş kavramı da gündeme gelmiştir. İşletmelerde çeşitli paydaş grupları yer almaktadır. Bu paydaş gruplarından bazıları organizasyonların oluşumunda yer alırken, bazıları da organizasyonlarla doğrudan veya dolaylı olarak etkileşim içinde olarak kendi menfaatleri doğrultusunda çaba harcamaktadırlar. İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirebilmek için kendileriyle ilişkili olan baskı gruplarının kimler olduğunu bilmelidir. Bu bağlamda, işletmeler üzerinde giderek artış gösteren paydaş baskıları, işletmelerin karar süreçlerinde paydaşların talep ve beklentilerine daha fazla yönelmelerine sebep olmuştur (Becan, 2011:23; Ersöz, 2016:4).

Ansoff (1965), işletmenin amaçlarını tanımlarken “paydaş teorisi” terimini ilk kullanan kişidir. Ansoff (1965), işletmenin temel amacının, işletmedeki çeşitli paydaşların çelişen taleplerini dengeleme kabiliyetine ulaşması olarak ifade etmektedir. Freeman (1984) ise, paydaş kavramını “işletmenin hedeflerine ulaşmasını etkileyebilecek herhangi bir grup veya birey” olarak tanımlamaktadır. İşletme paydaşları arasında hissedarlar, alacaklılar, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, kamu çıkar grupları ve kamu kurumları yer almaktadır. Ayrıca, Freeman, paydaş kavramının gelişimini kurumsal sosyal sorumluluk modelinde, (a) kurumsal planlama ve iş politikası modeli, (b) paydaş yönetimi olarak sınıflandırmıştır. Paydaş kavramı, kurumsal planlama ve iş politikası modelini; kurumsal stratejik kararlar

geliştirme, kurumun varlığını sürdürmesi için desteği gereken gruplar tarafından onaylanması olarak ifade etmektedir. Paydaş yönetimini ise, yönetim tarafından geliştirilen çeşitli paydaş gruplarının davranışlarını sınırlandıran, kurumsal kaynakların çevresiyle eşleştirilmesini sağlayan bir strateji olarak kabul etmektedir (Roberts, 1992:597). Şekil 1’de işletmenin sosyal paydaşlarını içine alan bir model yer almaktadır.



Kaynak: Göcenoğlu, 2014:15.

Şekil 1: Sosyal Paydaş Modeli

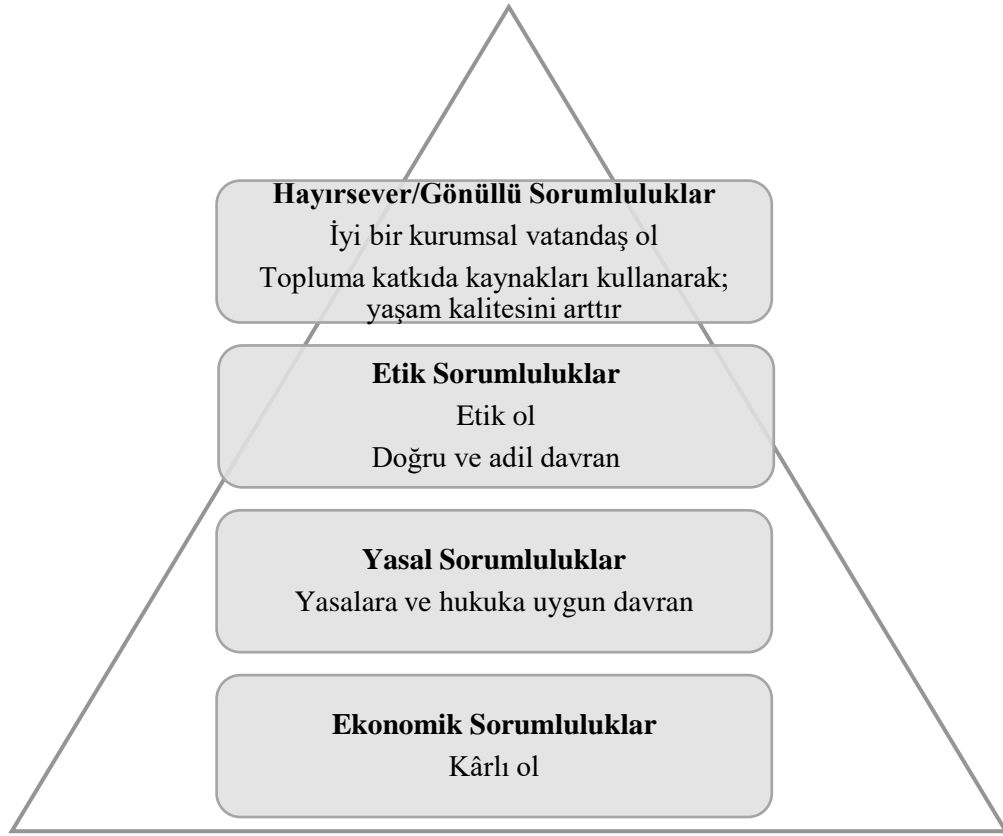
Sosyal paydaş teorisi, işletmelerin uzun vadede sürdürülebilirliklerini sağlamayı temel almaktadır. Bu bağlamda teori, işletmenin uzun dönemli başarı elde etmesini sağlamak amacıyla bütün paydaşlarıyla ilişkilerini belirlemesini ve bu ilişkilerine yatırım yapmasını istemektedir (Göcenoğlu, 2014:14). Ayrıca, paydaş yaklaşımı işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için tek başına hissedarlara karşı sorumlu olmadıklarını diğer birçok paydaş gruplarına karşıda sorumlu oldukları görüşünü savunmaktadır. İşletme üzerinde hissedarlar dışında birçok paydaş gruplarının da etkisi vardır ve bu paydaşların işletmeye destek vermeleri işletmenin sürekliliğini sağlayacaktır. Yani; sosyal paydaş teorisi, işletmelerin sadece kâr odaklı düşünerek hareket etmeleri ve üstlerine düşen sorumluluklarını yerine getirmediği takdirde işletmelerin varlıklarının uzun dönemli olmayacağını vurgulamaktadır (Sarıkaya, 2008:114).

1.7.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

Kurumsal sosyal sorumluluk piramidi tüm iş sorumluluklarının kapsamına girecek şekilde değerlendirilmelidir. Burada dört tür sosyal sorumluluğun kurumsal sosyal sorumluluğu oluşturduğu öne sürülmektedir:

- Ekonomik sorumluluklar,
- Yasal sorumluluklar,
- Etik sorumluluklar,
- Hayırsever/Gönüllü sorumluluklar.

Bu dört kategori veya kurumsal sosyal sorumluluk bileşenleri bir piramit olarak gösterilmektedir. Kuşkusuz, bu tür sorumlulukların tümü her zaman bir dereceye kadar var olmuştur, ancak son yıllarda etik ve hayırseverlik işlevlerinin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Bu dört kategorinin her biri, önemli bir yere sahiptir ve daha yakından ilgilenilmeyi hak etmektedir (Carroll, 1991:40).



Kaynak: Carroll, 1991:42.

Şekil 2: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

1.7.2.2.1. Ekonomik Sorumluluklar

Kurumsal sosyal sorumluluk piramidi, temel olarak ekonomik sorumluluklarla başlar. Ekonomik boyut, şirketin sadaka ve sponsorluk gibi herhangi bir sosyal programa başlamadan önce başarması gereken en önemli boyuttur. Ticari organizasyonlar toplumdaki temel ekonomik sistemin bir parçasıdır. Toplumun ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetlerin makul fiyatlarla satılması, iş varlığının sürdürülebilmesini ve kârlılığını sağlamaktadır. İş için hisse başına kazançları maksimize etmek, mümkün olduğunca kârlı olmak, güçlü bir rekabet pozisyonu sağlamak ve tanımlamak için tutarlı olmak önemlidir. Bu şekilde başarılı olmayı hedefleyen bir işletme sürekli olarak kârlılık sağlayacaktır. Bu bağlamda, işletmenin pazarda sürdürülebilirliğini sağlaması için ekonomik kazanımlar önemlidir (Dusuki ve Yusof,

2008:32). İşletmenin doğrudan veya dolaylı olarak ekonomik etkiye sahip olması amaçlanan faaliyetlerindedir. Doğrudan ekonomik faaliyetlere, satışları arttırmak örnek verilebilirken, dolaylı ekonomik faaliyetlere örnek olarak çalışanların moralini ve işletmenin toplumdaki imajını iyileştirmek için tasarlanmış faaliyetler dâhil edilmektedir. Ekonomik anlamda eğer, faaliyette kâr ya da pay değerinde bir düşüş yaşıyorsa bu ekonomik olmayan bir sebebin göstergesi olmaktadır. Aynı zamanda hatalı bir iş kararını da temsil etmektedir. Ekonomik anlamda bu eylemlerin dikkate alınması gerekmektedir (Schwartz ve Carroll, 2003:509).

1.7.2.2.2. Yasal Sorumluluklar

Toplum, işletmeleri yalnızca ekonomik birimler olarak onaylamakla kalmayıp, aynı zamanda işletmelerin faaliyet göstermesi ve işlev görmesi için asgari temel kurallar da belirlemektedir. Bu temel kurallar, yasaları, düzenlemeleri ve yürürlükleri içermektedir. Yasal sorumluluklar, hükümetin yerel düzeylerde oluşturduğu adil iş uygulamalarını temel alan bir kavramdır. İşletmelerin çalışma şartlarını yerine getirirken, bu yasalara ve düzenlemelere uyması gerekmektedir. İşletmenin yerine getirmesi gereken yasal sorumlulukları (Carroll, 2016:3):

- Hükümet ve hukuka uygun şekilde iş yapılması,
- Çeşitli yönetmenliklere uygun davranılması,
- Kurumsal vatandaşlara sadık kalarak işletmenin kanunlara uygun davranması,
- Tüm toplumsal paydaşlara karşı yükümlülüklerini yerine getirmesi,
- Mal ve hizmetlerin sağlanmasında en azından asgari yasal gerekliliklerin karşılanması olarak sıralanmaktadır.

Yasal sorumluluklar, işletmenin davranışlarını sınırlandırıcı bir yapı niteliği taşımaktadır. İşletmeler, topluma karşı yasal gerekliliklerini yerine getirmeli ve

yönetmenliklere uyarak toplumun sorunlarına cevap vermelidirler (Jamali ve Mirshak, 2006:246).

1.7.2.2.3. Etik Sorumluluklar

İşletmelerin faaliyetlerinde uygulaması gereken yazılı olmayan ahlaki sorumluluklar olarak ifade edilmektedir. Etik sorumluluklar, işletme paydaşlarının (çalışanlar, tüketiciler, hissedarlar, tedarikçiler, rakipler ve toplum) haklarını koruyan standartları ele alan bir sorumluluk niteliği taşımaktadır (Gül Özdoğan, 2018:28). Zorunlu olarak yasada kodlanmayan ancak toplum üyeleri tarafından iş yapılmasında beklenen ilave davranışlar ve faaliyetler vardır. Son yıllarda etik sorumluluklar vurgulanmaya başlanmıştır (Carroll, 1979:500). İşletmelerin etik sorumlulukları (Özdemir, 2017:76);

- Ahlaki davranışlar sergilemek,
- İşletme faaliyetlerinin açık ve net olarak topluma sunulması,
- Toplumsal ahlaki kurallara uygunluk,
- İşletmenin topluma karşı gereken saygı ve önemi vermesi,
- Ahlaki kuralların, yasal kurallar gibi kabul edilmesi olarak sıralanmaktadır.

İşletmenin bütün faaliyetlerinde etik sorumluluklarını yerine getirmesi önemlilik arz etmektedir. İşletme yöneticilerinin de etik sorumlulukları dikkate alması gerekmektedir (Kelgökmen İlic, 2010:309).

1.7.2.2.4. Hayırsever/Gönüllü Sorumluluklar

İşletmenin hayırsever sorumluluğu; toplumun, işletmeden beklediği “iyi kurumsal vatandaş olma” taleplerine cevap veren kurumsal eylemlerini kapsamaktadır. Bu eylemler, insan refahını veya iyi niyetini teşvik etmek için aktif olarak eylemlere veya programlara dâhil olmayı içermektedir. Topluluklar, işletmelerden bir takım beklentilerine

karşılık vermelerini isterler. Bu beklentiler işletmelerin; paralarına, tesislerine ve çalışanlarına insani yardım programlarına veya amaçlarına katkıda bulunmalarıdır. Hayırsever sorumluluk, işletmeler ve iş kolu adına daha çok isteğe bağlı bir sorumluluktur (Carroll, 1991:42). Kurumsal sosyal sorumluluk piramidinin en üstünde yer alan hayırseverlik boyutunun ana amacı toplumun refah seviyesinin arttırılmasıdır. İşletmeler yaptıkları hayırseverlik çalışmalarıyla rakiplerinin önüne geçmektedir. Hayırseverlik faaliyetinde bulunan işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk piramidinin diğer kollarını da yerine getirmelidirler. İşletmeler bu alanda faaliyetlerde bulunurken hesap verilebilirlik ve şeffaflık anlayışını da benimseyerek hareket etmelidirler (Türker ve Vural, 2016:149). Hayırseverlik kapsamında işletme sorumlulukları (Kelgökmen İlic, 2010:309):

- Eğitime destek verilmesi,
- Sanata destek verilmesi,
- İşletme yönetiminin ve çalışanlarının hayırsever faaliyetlerde yer alması,
- Toplumun refah seviyesini arttırmaya yönelik faaliyetlerde bulunulması,
- Toplumun beklentileriyle örtüşen hayırseverlik faaliyetlerinin yürütülmesi gibi sorumluluklar içermektedir.

Tablo 3: Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Meydana Getiren Unsurlara Genel Bir Bakış

KSS Türleri	Toplumsal Beklenti	Hususları
Ekonomik Sorumluluklar	Yerine Getirilmesi ŞART	Maksimum düzeyde kârlılık Satışların artması maliyetlerin düşmesi Stratejik düzeyde kararların alınması İşletme politikasına önem verme Yatırımcıların yatırımlarına yönelik olumlu geri dönüşlerin olması
Yasal Sorumluluklar	Yerine Getirilmesi ŞART	Bütün yasa ve düzenlemelere uygunluk Hukuki kurallara uyma Hükmü olan bütün sözleşme ve anlaşmalara uygunluk Mal ve hizmetlerin taahhüt ve kefalet şartlarına karşı saygı gösterilmesi
Etik Sorumluluklar	Yerine Getirilmesi İSTENEN	Güven vermeyen uygulamalardan uzak durulması Adil ve doğru davranışlar sergileme Etik liderlik Yasalara uygun olarak manevi beklentilerin giderilmesi Yasalara uyarak gerekliliklerin üzerinde davranışlar sergileme
Hayırsever/Gönüllü Sorumluluklar	Yerine Getirilmesi İSTENEN	İyi bir kurumsal vatandaş olma Toplumdan alınanın tekrar topluma geri dönmesi Kurumsal olarak yardımda bulunma Toplumun refahı için emek verme, Gönüllü olarak çalışmalar gerçekleştirme ve bu çalışmalarda yer alma Toplumsal konularda toplumu destekleyici faaliyetler gerçekleştirme

Kaynak: Bıçakçı, 2016:42.

1.8.Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilişkili olarak birçok model ortaya konulmuştur. Bu modellerden önemli olanları üzerinde durulmuştur.

1.8.1. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli

Sosyal sorumluluk terimine Keith Davis tarafından 1967 yılında organizasyonlar da dâhil edilmiştir. 1967 yılından önce sadece işletme sahipleri veya yöneticiler sosyal sorumluluk çalışmaları üzerine yoğunlaşırken, Davis'in organizasyonları da dâhil etmesiyle birlikte, organizasyonlar da tamamen sosyal sorumluluk çalışmalarında yer almaya başlamışlardır. Davis'e göre; organizasyonlar yeterli kaynaklara ve yetenekli yöneticilere sahiptirler. Devletin yeterli ekonomik güce sahip olmadığı durumlarda, toplum kendilerine yardımcı olacak başka bir güce ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda, sosyal problemlerin çözümünde organizasyonlar önemli bir rol oynamaktadır. Davis, bazı sosyal sorunların organizasyonlar tarafından çözülebileceğini ve organizasyonların sosyal sorumluluk çalışmalarında yer almaları gerektiğini ifade etmektedir (Guvener, 2015:10-11).

Keith Davis, geliştirmiş olduğu sosyal sorumluluk modeli ile gerek toplum refahının yükseltilmesi ve korunması için gerekse işletme çıkarlarının korunması için işletmelerin niçin ve ne türlü önlemler aldıklarını ve niçin bu önlemlere bağlı kalmak mecburiyetinde olduklarının gerekçesini beş temel varsayımla açıklamaktadır. Bu varsayımlar (Özgener, 2000:199):

- Sosyal sorumluluk işletmede yer alan sosyal güçten kaynaklanmaktadır;

Bu varsayım, çevre sorunları ve azınlık istihdamları gibi önemli sorunların işletmeden kaynaklandığını ve işletmelerin bu sorunlar üzerinde önemli güç ve etkilerinin olduğunu açıklamaktadır. Toplum, işletmelerin elinde olan bu güç doğrultusunda ortaya çıkan sosyal

sorunlardan dolayı işletmeleri sorumlu tutmaktadır. 1975 yılında Keith Davis ve Robert Blomstrom tarafından ortaya konulan ‘‘Sorumluluğun Demir Kanunu’’ işletmelerin elinde bulunan güç doğrultusunda kendisini topluma karşı sorumlu hissetmeyen ve toplumun ihtiyaçlarını uzun vadede karşılamayan işletmelerin ellerindeki bu güçten mahrum kalacaklarını ifade etmektedir (Özgener, 2000:199; Top ve Öner, 2012:105).

- İşletmeler, açık bir sistem olarak faaliyet göstermelidir;

Bu varsayım, işletmeleri toplumdan gelen girdilere ve toplumu ilgilendiren faaliyetlere yönelik iki ucu açık bir sistem olarak kabul etmektedir. Bu bağlamda, işletmeler toplumun refah seviyesinin yükseltilmesi ve sürdürülmesi amacıyla, toplumun çevresini temsil eden temsilcileri dinlemelidirler. İşletmeler gerekli olan güç ve yeteneklere sahip olmalarından dolayı da toplumun ihtiyaçlarına cevap vermeli ve toplumsal sorunlara karşı daha duyarlı davranmalıdırlar (Top ve Öner, 2012:106).

- İşletme, uygulayacağı sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ekonomik maliyetlerini dikkate alarak karar sürecini yönetmelidir;

Bu varsayım, işletmelerin, gerek sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, gerekse üretecekleri mal ve hizmetlerin maliyetlerini, kazanımlarını tüm yönleriyle analiz etmeleri gerektiğini ifade etmektedir. Ayrıca, işletmelerin faaliyetlerinin uzun dönemli ve kısa dönemli ortaya çıkabilecek toplumsal sonuçlarını da göz önünde bulundurmaları gerektiğini belirtmektedir (Özgener, 2000: 200).

- İşletme tarafından uygulanacak faaliyetlerin, mal veya hizmetlerin maliyetlerinin tüketicilere yansıtılması gerekmektedir;

Bu varsayım, sosyal açıdan faydalı ancak ekonomik açıdan faydalı olmayan işletme faaliyetlerine finansal kaynak ayrılmaması gerektiğini ve toplum tarafından işletmeden

beklenen sosyal faaliyetlerin ve bu faaliyetlerle ilişkili olan mal veya hizmetlerin maliyetlerinin tüketiciye yansıtılması gerektiğini belirtmektedir (Pusak, 2014:26).

- Bir vatandaş olarak işletmelerin ana faaliyet alanları dışında belirli sosyal sorunlarla ilgili sorumlulukları bulunmaktadır;

Bu varsayım, işletmenin kendisiyle doğrudan ilgili olmayan bir sosyal sorunun çözümü için gerekli olan uzmanlığa sahip olması durumunda, topluma bu sorunun çözümü için yardımcı olması gerektiğini belirtmektedir. Toplumsal gelişimin sağlanması için işletmeler ve toplumun sosyal sorunlara yönelik birlikte sorumluluk yüklenmeleri gerekmektedir (Pusak, 2014:26).

Keith Davis, sosyal sorumluluğun amaçlarının işletmenin dar ekonomik, teknik ve yasal gerekliliklerinin ötesindeki hususları da dikkate alması ve bunlara cevap vermesi gerektiğini ifade etmektedir. İşletmelerin karar verme sürecinde, kararlarının dış sosyal sistem üzerindeki etkilerini, işletmenin geleneksel ekonomik kazanımlarıyla birlikte sosyal faydalar sağlayacak şekilde değerlendirmesinin işletmenin sorumluluğu olduğunu belirtmektedir. Davis'e göre, işletmenin sosyal sorumluluğu yasanın bittiği yerde başlamaktadır. Bir işletme, sadece yasanın asgari şartlarına uyuyorsa sosyal olarak sorumlu değildir. Çünkü herhangi bir vatandaşın yapacağı şey de budur ve klasik iktisat kuralları çerçevesinde kâr maksimize eden bir işletme de bunu yapar. Oysa sosyal sorumluluk bir adım daha ileriye gitmektedir. Bir işletmenin kanun gereklerinin ötesinde bir sosyal yükümlülüğü kabul etmesi gerekmektedir (Davis, 1973:312-313).

1.8.2.Ackerman'ın Sosyal Sorumluluk Modeli

1973 yılında Robert W. Ackerman, üç aşamadan oluşan sosyal duyarlılık modelini ortaya koymuştur. Ackerman'a göre; işletmenin temel amacı sorumluluktan ziyade duyarlılıktır. Ackerman sosyal duyarlılık modelini; politika, öğrenme ve örgütsel yükümlülük olmak üzere üç aşamalı olarak incelemiştir (Pusak, 2014:24).

İlk aşaması, sosyal sorumlulukların politika aşamasıdır. İlk aşamada, işletmenin öncelik olarak toplumun hangi beklentilerine cevap vermesi gerektiği ifade edilmektedir. Ayrıca, işletme karşılaştığı sosyal sorunlara yönelik nasıl bir davranışta bulunması gerektiğini de bu aşamada belirlemektedir. Bu aşamada, herhangi bir sosyal sorunun ortaya çıkmasıyla birlikte işletme toplumun sosyal sorunuyla ilgili ne tür politikalar gerçekleştireceğini yazılı/sözlü bir şekilde rapor olarak düzenlemektedir. Bu raporlar işletmenin üst yönetimi tarafından hazırlanmaktadır. Hazırlanan bu raporlar, işletmenin sosyal sorumluluk çalışmalarında bir rehber niteliği taşımaktadır (Pusak, 2014:24).

İkinci aşama ise, sosyal sorumlulukların öğrenme aşamasıdır. Bu aşamada, işletmenin toplumun sorunlarına çözüm bulabilmek için bir uzmana ihtiyacı olduğu ifade edilmektedir. Sosyal sorunların belirlendikten sonra, nasıl çözüme kavuşacağı, nasıl bir yol izleneceği gibi konular ele alınmaktadır. Sosyal sorumluluk anlayışına sahip bir işletmenin toplum tarafından benimsenmesi gerektiği ifade edilmektedir.

Üçüncü aşama, örgütsel yükümlülük aşamasıdır. Sosyal sorumluluk faaliyetlerinin uygulandığı bu aşamada, diğer aşamalardaki bilgilerin öğrenilmesi ve faaliyetin içinde bulunan herkes tarafından benimsenmesi ve uygulanması ifade edilmektedir (Pusak, 2014:24).

1.8.3. Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Modeli

1975 yılında Sethi, piyasa etkenlerine dayanan bir sosyal sorumluluk modeli ortaya koymuştur. Model, sosyal sorumluluk normlarına yönelik üç aşamadan oluşmaktadır. Bu üç aşama (Çalışkan, 2010:16);

- Sosyal zorunluluk,
- Sosyal sorumluluk,
- Sosyal yanıtlayıcılık.

(a) Sosyal zorunluluk: İşletmenin temel sosyal sorumluluk kurallarını ifade etmektedir. Bu aşama, kurumsal sosyal sorumluluğun yasa ve piyasa güçleriyle doğrudan bir uyum içerisinde olduğu aşamadır.

(b) Sosyal sorumluluk: İşletmenin toplumun ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaını ifade etmektedir. Bu aşama, işletmelerin sosyo-ekonomik amaçlarının olduğunu kabul etmektedir.

(c) Sosyal yanıtlayıcılık: İşletmenin ortaya çıkabilecek sosyal sorunlara karşı önlem alması olarak ifade edilmektedir. Bu son aşama, sosyal duyarlılık aşaması olarak kabul edilmektedir.

Sethi, sosyal zorunluluk davranışından sosyal sorumluluk davranışına doğru bir ilerleyişin yaşanmasıyla yönetimin proaktif bir nitelik kazandığını ve işletmenin gelecekte ortaya çıkabilecek durumlara yönelik önceden hareket edebileceğini ifade etmektedir (Budak, 2015:27).

1.8.4. Post ve Preston'un Sosyal Sorumluluk Modeli

İşletme duyarlılığına ilişkin ilk olarak nitelendirilen raporlarından birini Lee Preston ve James Post ortaya koymuştur. Post ve Preston, işletme ve toplumun birbirini karşılıklı olarak iki farklı şekilde etkilediği düşünmektedirler. Bu düşüncelerini birincil ve ikincil ilişkiler olarak açıklamaktadırlar (Alkan, 2004:14-15).

Birincil ilişkiler: İşletme ile işletmeyle direk ilişki içerisinde olan işletmenin çevresinin kurduğu ilişkidir. İşletmeyle çalışanlar, işletmeyle sermayedarlar, işletmeyle müşteriler gibi işletmenin çevresinde yer alan bireylerin işletmeyle karşılıklı olarak bir bağ içinde bulunması olarak ifade edilmektedir.

İkincil İlişkiler: Kanun, hukuk, ahlak çerçevesi içerisinde yer alan, işletmenin sosyal herhangi bir soruna neden olmasından doğan ve kanun, ahlak gibi ilkelere dayanarak toplumun pazar içerisinde olmayan yönlerini karşılıklı olarak ele alan bir ilişki olarak ifade edilmektedir.

Bu ilişkiler çerçevesinde, işletme yöneticilerinin sosyal bir sorunla karşı karşıya kalmaları durumunda konuyla ilgili karar alırken kendi yargılarına göre hareket etmemeleri gerekmektedir. Kanunları, hukuki yargıları ve toplumu düşünerek hareket etmeleri gerekmektedir (Alkan, 2004:14-15).

Sosyal sorumluluk kavramından sosyal duyarlılık kavramına geçişin yaşanması önemli bir ilerleyiş olarak kabul edilmektedir. İşletme yöneticilerine sosyal konularla ilgili herhangi bir karar verirken gerçekçi kararlar oluşturmaları konusunda bir çerçeve oluşturmaktadır. Makro ve mikro yaklaşımlardan kaynaklanan, iş hayatına ait somut olmayan kararların uygulamaya konulması birçok yöneticinin sosyal sorumlulukların

temelini tartışmadan uygulamaya başlamalarını sağlamıştır. Bu da işletmenin sosyal duyarlılığı olarak açıklanmaktadır (Demir ve Songür, 1999:159).

1.8.5. Carroll'un Üç Boyutlu Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Carroll, sosyal performans konusunda çeşitli görüşlerde bulunmuştur. Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal sosyal duyarlılık ile birlikte işletmeye sosyal yarar sağlamakta olan bütün uygulamaları sosyal performans kavramının kapsamında değerlendirmektedir. Sosyal performans modeli kapsamında, ilk olarak ekonomik, yasal veya gönüllü sorumlulukların bir işletmenin sosyal sorumlulukları çerçevesinde ele alındığını ifade etmektedir. İkinci olarak, işletmenin sorumluluğu altında olduğu sosyal sorunları (örneğin ayrımcılık, ürün güvenliği ve evre) ve üçüncü olarak da sosyal duyarlılığın ele alınması gereken sorumluluklar (örneğin, proaktiflik karşısında tepki) olduğu görüşünü savunmaktadır. Carroll, bu görüşlerin üçünün de sosyal performans açısından önemli olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda Carroll'un sosyal performans modeli kapsamında (Carroll, 1979:499);

- sosyal sorumluluk,
- sosyal sorun,
- sosyal tepkiler yer almaktadır.

Bir işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında süreçleri, programları, ilkeleri ve bu unsurlarla ilgili uygulama sonuçları sosyal performans olarak nitelendirilmektedir. Sosyal performans kavramının geniş bir alanı vardır. İşletmenin sosyal performans alanı ürünleri, çalışanları, müşterileri, çevreyi ve toplum gibi birçok alanı kapsamaktadır. Sosyal performans kavramı her ne kadar sadaka ve hayırseverlik

faaliyetleriyle birlikte anılsa da, işletmenin bütün paydaşlarının beklentilerine cevap vermesini de gerektirmektedir (Yılmaz, 2016:22).

Carroll'un 1979 yılında toplumsal ihtiyaçların karşılanmasına yönelik belirlediği üç boyutlu kurumsal sosyal performans modelinin varsayımları ise şöyledir (Top ve Öner, 2008:107):

- Sosyal sorumluluk için tepki vermek; işletmeler toplumdan gelen talepleri karşılamak amacıyla sorumluluk üstlenirler. Örneğin, engelli bireylere karşı sosyal duyarlılığın gelişim göstermesi sonucunda engelli bireylerin çalışma koşullarında iyileştirici değişikliklerin ortaya konulması gibi sosyal sorumluluk davranışları gerçekleştirirler.
- Sosyal sorumluluk için işletmelerin beklemede kalması; işletmeler herhangi bir sosyal sorun meydana geldiği zaman beklemede kalmalıdır. İşletme toplum tarafından herhangi bir baskı neticesinde değil kendiliğinden sosyal soruna karşı ilgilenim göstermelidir.
- Sosyal sorumluluk doğrultusunda çözüm arayışında olmak; işletmeler toplum tarafından herhangi bir reaksiyon gelmeden önceden kendiliğinden sosyal sorunların çözümüne ilişkin reaksiyonunu ortaya koymalıdır. İşletme sosyal sorunların çözümüne ilişkin topluma yardımcı olmalıdır.
- İlerisi için sosyal sorumluluk çalışmaları; işletmeler ileriki süreçlerde ortaya çıkabilecek sosyal sorunları araştırarak bu sorunların çözümüne ilişkin çalışmalar ortaya koymalıdır.

1.8.6. Wood'un Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında, D.Wood 1991 yılında sosyal performans modelini; kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal sosyal duyarlılık ve kurumsal sosyal performans sonuçlarına bağlı olarak üç bölümden oluşturmuştur. Modelin birinci bölümünü kurumsal sosyal sorumluluk oluşturmaktadır. Bu bölümünde işletmenin yönetsel ve örgütsel faaliyetleri yer almaktadır. Modelin ikinci bölümünü kurumsal sosyal duyarlılık düzeyleri oluşturmaktadır. Bu bölümde de birinci bölümdeki standartların uygulanması yer almaktadır. Modelin üçüncü ve son bölümü ise, kurumsal sosyal performansın ortaya çıkaracağı sonuçlarla ilgilidir (Pusak, 2014:29). Wood, kurumsal sosyal sorumluluk amaçlarını şöyle sınıflandırmıştır (Wood, aktaran Yılmaz, 2011:31):

- (a) Kurumsal (iş dünyasında meşruiyeti korumak),
- (b) Örgütsel (örgütün çevresiyle uyumunu iyileştirmek),
- (c) Ahlaki/etik (etik bir seçim kültürü oluşturmak).

Wood'un kurumsal sosyal performans modeli Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri

Kurumsal ilke: Meşruiyet

Örgütsel ilke: Kamu sorumluluğu

Yönetsel ilke: Yönetimin takdir yetkisi

Kurumsal Sosyal Duyarlılık Süreçleri

Çevresel değerlendirme

Paydaş yönetimi

Sorun yönetimi

Kaynak: Wood, 1991: 694.

1.9.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanıyla İlgili Evrensel Standartlar

Son 20 yıldır kurumsal sosyal sorumluluk kavramı giderek daha fazla önem kazanmaya başlamış ve bütün dünya ülkelerinin gündeminde yerini almayı başarmıştır. Birleşmiş Milletler (BM), Avrupa Birliği (AB), Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ve Dünya Bankası gibi kuruluşlar da kurumsal sosyal sorumluluk kavramına önem vermeye başlamışlardır. Giderek önemli bir hale gelen kurumsal sosyal sorumluluk kavramı neticesinde, artık dünyada birçok fon, bir işletmeye yatırım yapmadan önce işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini değerlendirmeye almaktadır. Hatta İngiltere’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bakanlığı kurulmuş ve bu doğrultuda faaliyet gösteren işletmelere yatırım yapanların desteklenmesi için Londra’da FT GOOD adı altında bir endeks ortaya konulmuştur. Fortune Dergisi de, her yıl düzenli olarak hazırladığı en çok ilgi gören işletmeler araştırmasında da sosyal sorumluluk anlayışını temel ölçütlerinden biri olarak nitelendirmiştir. Bu örnekler kapsamında, artık işletmeler ticari değerleriyle değil, toplumsal sorunlara karşı ne ölçüde faydalı olduklarıyla ölçülmeye başlanmışlardır (Solmaz, 2005:117).

Kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili uluslararası organizasyonların, hükümet dışı organizasyonların, sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün birçok girişimi bulunmaktadır. Bu kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerinden bazılarını aşağıda yer verilmiştir (Altuntaş, 2020:26).

1.9.1.Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Başlatılan ve Sürdürülen Başlıca

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri

1.9.1.1. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Üçlü İlkeler Bildirgesi

1977 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), tarafından kabul edilen “Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika ile İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi”, şirketlerin

sorumluluklarını ele alan önemli bildirgelerden biridir. Bu bildirge; çokuluslu şirketlere, devletlere, işçi ve işveren kuruluşlarına yönelik istihdam, eğitim, yaşam ve çalışma koşulları ile ilgili alanlarda yol gösteren tavsiyelerden oluşmaktadır (Aktan ve Vural, 2020).

ILO tarafından yayınlanan bildirgeler doğrudan veya dolaylı olarak kurumsal sosyal sorumluluk ile ilişkilidir. ILO tarafından geliştirilmiş olan standartların en önemlisi çalışma koşulları ve insan haklarıdır. Bu bağlamda, sendika hakları, kadın ve erkek ayrımı yapmaksızın ücretlendirme sisteminin oluşturulması, çalışanların istihdam koşulunda yer alan yaş sınırına uygun olması, zorunlu çalıştırmama vb. ilkeler bildirgenin içinde yer almaktadır. ILO tarafınca yayınlanmış olan bu bildirgeler, kurumsal sosyal sorumluluk alanıyla ilgili atılımlar olarak kabul edilmektedir (Aktan ve Vural, 2007:3).

1.9.1.2. OECD Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) tarafından çokuluslu şirketlerin uyması tavsiye edilen ilkeler geliştirilmiştir. Bu ilkeler; çalışan hakları, insan hakları, çevre, tüketici hakları gibi çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk önermelerini içermektedir. Temeli gönüllülük esasına dayanan bu ilkelerin ülkeler üzerinde bağlayıcılığı vardır. Bu nedenle, işletmeler üzerinde doğrudan olmasa da dolaylı olarak bir bağlayıcılığın söz edilebilir (Yamak, 2007:142).

OECD'nin ana faaliyet alanları ekonomi, çevre, sürdürülebilirlik, finans, yönetim ve inovasyondur. Ekonomi alanında; tahminlerde bulunmak, serbest pazarın teşvik edilmesini sağlamak, büyüme ve istikrarı sağlayan stratejiler geliştirmek gibi uygulamalar yer almaktadır. Çevre ve sürdürülebilir kalkınma alanında ise; atık ve kirliliğin minimum seviyeye indirilmesi, daha sağlıklı bir çevre için piyasaların teşvik edilmesi, bilim ve teknolojiye bütün insanların yararlanması gibi uygulamalar yer almaktadır.

Finans alanında ise; uluslararası finans uygulamaları geliştirmek, ulusal vergi sistemini analiz etmek, yaşlı nüfusun sigorta ve emeklilik sistemleri üzerindeki etkisini incelemek gibi uygulamalar yer almaktadır. Yönetim alanında ise; etkin ve verimli kamu yönetimini teşvik etmek, adil rekabet ortamı sağlamak, yolsuzlukla mücadele etmek gibi uygulamalar yer almaktadır. Son olarak inovasyon alanıyla ilgili ise; gösterge niteliğindeki ülkelerin icatlarına göre göstergelerin geliştirilmesi ve sürdürülebilir ekonomik gelişmede bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkisinin anlaşılmasının sağlanması gibi uygulamalar yer almaktadır (OECD, 2020).

1.9.1.3. Küresel İşbirliği Anlaşması

Küresel İşbirliği Anlaşması, 31 Ocak 1999 yılında Davos'ta düzenlenen Dünya Ekonomik Forumu'nda, Birleşmiş Milletler (BM) Genel Sekreteri Kofi Atta Annan'ın küresel boyutta ileri gelen iş adamlarını, küresel bir sorumluluk anlaşmasına gerek bireysel gerekse uygun kamu stratejileri çerçevesinde kabullenmeye, desteklemeye ve duyurmaya davet etmesiyle uygulanmaya konulmuştur (Öktem, Sadioğlu ve Turgut, 2017:96).

Küresel İşbirliği Anlaşmasının amaçları; kurumsal vatandaşlığın gelişimi, küreselleşme sonucu ortaya çıkan sorunların çözümü, sürdürülebilirliğin gelişimi ve kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında işletme paydaşlarının korunmasına yönelik çözümlerin sunulması olarak sıralanmaktadır (Yamak, 2007:139). Küresel İşbirliği Anlaşması, işletmeler ile ilişkisi olan alanlar çerçevesinde insan hakları, çevrenin korunması, yolsuzluktan kaçınılması ve çalışanların çalışma şartları gibi alanlardaki ilkelerin benimsenmesi, desteklenmesi ve uygulamaya konulmasını istemektedir (Yıldırım, 2013:23). Bu çerçeveden hareketle, Birleşmiş Milletler bildirgelerine dayanan “on ilke” evrensel olarak kabul edilmiştir. Bu ilkeler Tablo 5'te yer almaktadır (Global Compact Network Türkiye, 2020);

Tablo 5: Küresel İşbirliği Anlaşmasının 10 İlkesi

İnsan Hakları	
İlke 1:	İşletmeler, evrensel insan haklarına karşı saygı göstermeli ve destek vermelidirler.
İlke 2:	İşletmeler, insan haklarının ihlal edilmesinde yer almamalıdır.
Çalışma Standartları	
İlke 3:	İşletmeler, çalışanlarının sendikalaşma hareketlerine destek vermeli ve kısıtlamamalıdır.
İlke 4:	Zorunlu olarak işçi çalıştırmamalıdır.
İlke 5:	Çocuk işçi çalıştırılması engellenmelidir.
İlke 6:	Çalışanların işe alım ve yerleştirilmesinde yapılacak herhangi bir ayrımcılığın önüne geçilmelidir.
Çevre	
İlke 7:	İşletmeler, çevre sorunlarını önleyici yaklaşımları benimsemeli ve desteklemelidirler.
İlke 8:	Çevre sorumluluğunun artırılması için ortaya çıkan girişimler desteklenmelidir.
İlke 9:	Çevre dostu olarak kabul edilen teknolojik gelişimler desteklenmelidir.
Yolsuzluktan Kaçınma	
İlke 10:	İşletmeler, rüşvet, haraç gibi yolsuzluklardan kaçınmalı ve bu yolsuzluklara karşı çikmalıdır.

Küresel İşbirliği Anlaşması'nda yer alan "on ilke"nin işletmelerin strateji ve prosedürlerin de yer alması sonucunda, işletmeler yalnız bireyler ve dünya için yerine getirmesi gereken sorumluluklarını korumakla kalmayıp, uzun dönemde başarılı olmak için kendilerine zemin hazırlamaktadırlar (Global Compact Network Türkiye, 2020).

Küresel İşbirliği Anlaşması gönüllülük esasına dayanan ve herhangi bir bağlayıcılığı olmayan bir anlaşma niteliğindedir. Dolayısıyla, anlaşmayı imzalayan işletmelerin faaliyetleri denetlenmez; ancak anlaşmaya katılan işletmelerin yukarıda

bahsedilen ilkelerin işleyişi hakkında rapor vermeleri beklenmektedir. İşletmeler, Küresel İşbirliği Anlaşmasında yer alan ilkeleri uygulayarak ve sosyal sorumluluk çalışmalarında bulunarak birçok avantaj elde edebilirler. İşletmenin elde edebileceği bu avantajlar; rekabet avantajı kazanma, nitelikli işgücünü kendine çekme, işletme değerini artırma ve toplum gözünde iyi bir imaj kazanmaktır (Maç ve Çalış, 2012:36).

1.9.1.4. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP)

UNEP, küresel çevre gündemini belirleyen, Birleşmiş Milletler sistemi içinde sürdürülebilir kalkınmanın çevresel boyutunun tutarlı bir şekilde uygulanmasını teşvik eden ve küresel çevre için yetkili bir savunucu olarak hizmet veren programdır (Unenvironment Programme, 2020). UNEP, çevre ile ilgili konuların koordinasyonunun sağlanması, çevrenin küresel ölçekte durumunun sürekli analiz edilmesi, çevre sorunları hakkında uluslararası toplumun ilgisinin çekilmesi ve ulusal-uluslararası çevre politikalarıyla birlikte hukukun gelişiminin sağlanmasını hedeflemektedir (Hoştut, 2015:123).

Son yıllarda UNEP'in en çok ilgilendiği konu, uluslararası çevre yönetiminin iyileştirilmesidir. Bu konu çerçevesinde faaliyet yürüten birçok uluslararası çevre sözleşmesinin bulunması, çoğu Birleşmiş Milletler örgütlerinin çevreye yönelik faaliyetler yürütmesi, bu örgütler arasında ortaklığın olmaması, UNEP'in de bu ortaklıkları oluşturabilecek yetki ve finansmanının bulunmaması uluslararası çevre sisteminin iyileştirilmesi için yapılan görüşmeler neticesinde, UNEP'in bu konularda daha önemli bir konuma geleceği öngörülmektedir (Sürdü, 2019:31-32).

UNEP ve Türkiye arasında da ilişkiler oldukça sorunsuz şekilde yürütülmektedir. UNEP tarafından yapılan çalışmalar Türkiye'nin Nairobi Büyükelçiliği tarafından izlenmektedir. Gönüllülük esaslı çerçevesinde Türkiye, UNEP Çevre Programına

finans desteği sağlamaktadır. Ancak, Türkiye'nin bu program içerisinde herhangi bir yürüttüğü faaliyeti veya girişimi bulunmamaktadır. UNEP tarafından düzenlenen faaliyetlere ise Türkiye bazen katılım sağlamaktadır. Türkiye, "Bir Milyar Ağaç Kampanyası" adı altında UNEP tarafından başlatılan etkinlikte en çok ağaç diken  ülkeden biri olmuştur (Sürdü, 2019:32).

1.9.1.5. Avrupa Birliği: Avrupa Toplulukları Komisyonu

Avrupa Birliği çerçevesinde kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki ilk atılım Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından 2001 yılında yayınlanan "Green Paper" (Yeşil Belge) ile anlamlılık kazanmıştır (Hartman, Rubin ve Dhanda, 2007:375). Belge içerisinde kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin gönüllülük esası çerçevesinde sosyal ve çevresel sorunlarını, işletme faaliyetleriyle ve sosyal paydaşlarıyla olan etkileşimleriyle tamamlayabildiği bir kavram olarak ifade edilmektedir (Aktan ve Vural, 2007:9). Ayrıca, Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından yayınlanan bu belgede kurumsal sosyal sorumluluğun önemi ve gerekliliğiyle birlikte işletmelerin gönüllü olarak gerçekleştirecekleri faaliyetlerin desteklenmesi gerektiği de belirtilmiştir (Aktan ve Vural, 2007:3).

Avrupa Toplulukları Komisyonu'nun kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde belirlediği bazı ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkeler aşağıda sıralanmıştır (Sürdü, 2019:32);

- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti şeffaf şekilde sürdürülmesi gereken gönüllü bir eylemdir.
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri çerçevesinde sosyo-ekonomik ve çevresel açıdan tüketiciler haklarının korunması gerekmektedir.

- Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda KOBİ'lerin (küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin) ihtiyaçları dikkate alınmalıdır.
- Kurumsal sosyal sorumluluk alanında uluslararası sözleşmelerden ve dokümanlardan faydalanılmalıdır.

1.9.2. Sivil Toplum Kuruluşları/Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından

Başlatılan ve Sürdürülen Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri

1.9.2.1. Küresel Sullivan İlkeleri

Küresel Sullivan İlkeleri, General Motors şirketinin yönetim kurulu başkanı olan Leon H. Sullivan tarafından, Güney Afrika'da faaliyet yürüten işletmelere sosyal sorumluluk açısından kılavuzluk etmesi amacıyla geliştirilmiştir. Küresel Sullivan İlkeleri; insan haklarının korunması, eşit çalışma koşulları, çocuk işçilerin çalıştırılmaması, ayrımcılığın ortadan kalkması, sosyal adaletin sağlanmasını içeren ilkelerden oluşmaktadır. 1997 yılı itibariyle bu ilkelerin kapsamı genişletilerek "Toplumsal Sorumluluk için Küresel Sullivan İlkeleri" olarak ismi değiştirilmiştir. Zorunluluk esasını taşımayan ve gönüllülük esasına dayanan bu ilkeler, işletmelerden her ortamda sosyo-ekonomik, toplumsal ve politik hakkaniyeti desteklemelerini istemektedir. Küresel Sullivan İlkeleri, temelinde yer alan insan hakları ve çalışan haklarına ek olarak çevrenin korunması, doğanın korunması, haksız rekabetin önlenmesi ve toplumsal ilişkiler gibi konuları da kapsamaktadır. Bu doğrultuda, Küresel Sullivan İlkeleri toplumsal refah seviyesinin yükseltilmesini amaçlamaktadır (Yamak, 2007:146-147; Tokgöz ve Önce, 2009:263). Küresel Sullivan İlkeleri ise şunlardır (Bacak ve Özer, 2009:395);

- İşletmeler, çalışanlarının haklarını korumalı ve evrensel insan haklarına saygı göstermelidirler.

- İşletmeler, cinsiyet, din, dil, ırk gibi farklılıkları olan çalışanlarına karşı ayrımcılık yapmamalıdır. Çalışanlarına karşı kabul edilemez davranışlar sergilememeli ve uygulamamalıdır (zorla işçi çalıştırma, istismar, fiziksel ceza vb.).
- İşletmeler, çalışanların örgütlenme haklarına saygı göstermelidirler.
- İşletmeler, çalışanlarına en az temel gereksinimlerini karşılayacak miktarda ücret vermelidirler.
- İşletmeler, çalışanlarına güvenli ve sağlıklı çalışma ortamları sunmalıdır. Ayrıca, insan sağlığı ve çevreyi koruyucu tedbirler alarak sürdürülebilir kalkınmaya da destek olmalıdır.
- İşletmeler, haksız rekabetten uzak durarak adil rekabeti desteklemelidirler.
- İşletmeler, toplumsal (sağlık, eğitim, yaşam standartlarının iyileştirilmesi vb.) konularda devletle ve toplumla işbirliği içerisinde olmalıdır.
- İşletmeler, ilişki içerisinde oldukları kişi, grup ve kurumlar aracılığıyla bu ilkelerin uygulanmasını desteklemelidirler.

1.9.2.2. ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi

Bütün insanlığın ortak bir sorunu olan çevre sorunları, sanayileşmenin yaşanmasıyla birlikte büyük bir ivme kazanmıştır. Daha önceleri çok fazla önemsenmeyen ve yerel bir sorun olarak görülen çevre kirliliği gibi sorunlar, giderek artma eğilimi göstererek çevre sorunlarına dönüşmüş ve yerellikten çıkarak uluslararası bir nitelik kazanarak bütün dünyanın sorunu haline gelmiştir. Bunun sonucunda, insanlığın çevreye verdiği tahribatların azaltılması ve önlenmesi için çevre standartları, ulusal ve uluslararası hukuki mevzuatlar uygulamaya konulmuştur. Bu çerçevede, çevrenin korunması amacıyla Uluslararası Standartlar Organizasyonu (ISO) tarafından oluşturulan standart serisi ISO 14000 serisi olarak adlandırılmaktadır. ISO 14000; toprak, su, hava gibi doğal kaynakların

kullanımının azaltılması ve en az seviyede kullanılmasını amaçlayan bir seri standardıdır. ISO 14000 standardı içinde belgelendirilmesi yapılan standart ise ISO 14001 standardıdır. Bu standart, hammaddeden başlayarak ürünün üretilme sürecinden müşteriye ulaşmasına kadar olan süreçte çevreyi etkileyen unsurların belirlenmesi, bu çerçevede gerekli önlemlerin alınması ve kontrolünün sağlanmasını içermektedir (CTR Uluslararası Belgelendirme&Denetim, 2020). Ayrıca bu standart, işletmenin üretim süreçlerinin, çevresel düzenlemelerin ve teknolojinin çevresel etkilerinin göz önünde bulundurularak iş stratejilerinin oluşturulması gerektiğini ifade etmektedir. Ortaya konulan iş stratejileri ise işletmenin çevresel yöneliminin belirlenmesine destek sağlamaktadır (Klassen ve McLaughlin, 1996:120).

ISO 14001 standardı, işletmelerin çevre üzerinde oluşturduğu olumsuz etkileri en az seviyeye indirgemeyi amaçlamaktadır. İşletmelerin, bu standardı temel alarak faaliyet göstermeleri işletmeye birçok avantaj sağlamaktadır. Bu avantajlar, işletmenin rekabet gücünün artması, ürün ve hizmetlerin standart ve kalite güvencesiyle müşteriye sunulması, iyi bir işletme imajının kazanılması olarak sayılmaktadır (Çavuş ve Tancı, 2013:79). Çevre yönetim sistemiyle, çevre maliyetleri ve işletme maliyetleri birleştirilmiş ve işletmelerin sadece kâr elde etme amaçlarına atıkların azaltılması, çevrenin korunması gibi yeni amaçlarda ilave edilmiştir (Yontar, 2008:481). Bütün bunların sonucunda, ISO 14001 standardı, işletmelere çevre yönetimi hususunda yol gösterici bir rehber niteliği taşımaktadır. Ayrıca, işletmelerin çevresel performanslarının iyi düzeye getirilmesi, hukuki düzenlemelere yönelik entegrasyonunun kolaylaştırılması, toplum nezdinde işletme imajının artması gibi getirileriyle birlikte işletme yapısının da çevre sorunlarına karşı daha duyarlı bir yapıya bürünmesini sağlamaktadır (Nemli, 2001:223).

Sonuç olarak, çevre yönetimi işletmenin, işlevsel stratejilerin önemli bir bileşeni kurumsal stratejinin de bütünleyici bir unsuru olarak kabul edilmektedir (Klassen ve McLaughlin, 1996:120).

1.9.2.3. ISO 26000 Sosyal Sorumluluk Yönetim Sistemi

İşletmelerin öncelikli amacı her ne kadar kâr elde etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamak olsa da, bu amaçlarını yerine getirebilmek için yasal kurallara uyması ve yönetim planını bu kurallarla entegre ederek yürütmesi gerekmektedir. Ancak işletmelerin sadece yasal kurallara uyarak kâr elde etmesi ve sürdürülebilirliğini sağlaması artık mümkün değildir. Çünkü tüketiciler işletmelerden topluma, çevreye ve doğaya karşı duyarlı davranmalarını ve toplumsal sorunlarına karşı çözüm arayışı içerisinde olmalarını beklemektedir. Toplum tarafından önem kazanan sosyal sorumluluk anlayışıyla birlikte sosyal sorumluluk standartları bir gereklilik olarak görülmeye başlanmıştır. Bunun akabinde, ISO 26000 standardı oluşturulmuştur. 2010 yılı öncesinde SA 8000 standardı olarak tanımlanan bu standart 2010 yılından sonra geliştirilerek ISO 26000 standardı olarak uygulanmaya başlanmıştır (Dinçer, Bayram ve Bayram, 2019:238). ISO 26000 standardı, Uluslararası Standardizasyon Örgütü tarafından geliştirilmiştir. Standart, sosyal sorumluluk davranışlarını kuruluşa entegre etme yolları hakkında rehberlik niteliği teşkil etmektedir. İşletmenin ürettiği mal ve hizmetlere, üretim sürecine bu standardı entegre ederek uygulaması ile kurumun sürdürülebilir kalkınmaya yönelik katkısının en üst düzeye çıkarılacağı ifade edilmektedir (Hahn, 2012:443). ISO 26000 kurumsal sosyal sorumluluk standardının, sürdürülebilir kalkınma hedef noktasıdır. İşletmelerin ve kuruluşların toplumun sağlığını, refah düzeyini yükseltmeyi amaçlayarak etik ve şeffaf bir şekilde faaliyetlerde bulunarak topluma katkı sağlaması ISO 26000 standardının misyonu olarak ifade edilmektedir (Hoştut, 2015:123). ISO 26000 standardı, sosyal sorumluluk kapsamında

tanımlanan yedi temel sosyal sorumluluk konusunu ele almaktadır. Bunlar, örgütsel yönetim, insan hakları, çalışan uygulamaları, çevre, işletmenin adil çalışma uygulamaları, tüketici sorunları ve toplumsal gelişim konularıdır (Discovering ISO 26000, 2020:9).

Özetle, ISO 26000 standardı, işletmelerin sosyal sorumluluklarını ele alarak sosyal sorumluluklarını operasyonel hale getirme, paydaşlarını belirleme ve onlarla ilişki kurma hakkında yapılan raporların ve iddiaların güvenilirliğini artırma konusunda pratik rehberlik sağlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca standart, işletmenin performans sonuçlarını iyileştirmeyi, müşteri memnuniyeti ve güvenini arttırmayı, sosyal sorumluluk alanındaki uygulamaların yaygınlaşmasına yönelik teşvikte bulunmayı da amaçlamaktadır (Castka ve Balzarova, 2008:276). ISO 26000 uygulamaları işletmeye birçok fayda sağlamaktadır. Bu faydalar; rekabet avantajı sağlama, itibar sağlama, çalışanları elde tutma ve cezbetme becerisi, çalışanların moral ve verimliliğini olumlu yönde artırma şeklinde sıralanmaktadır (Discovering ISO 26000, 2020:5).

1.9.2.4. OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi

OHSAS 18001, işletmelerin mal ve hizmetlerinin güvenliğinden ziyade işletme çalışanlarının sağlığı ve işin güvenliğine yönelik bir standart olarak nitelendirilmektedir. OHSAS 18001, iş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemi olarak tanımlanmaktadır (Yakut ve Akbıyıklı, 2013:99). İş sağlığı ve iş güvenliği yönetim sisteminin amacı, iş kazalarının azaltılarak, meslek çalışanlarının korunması ve sağlıklı bir çalışma ortamının oluşturulmasıdır (İri, 2007:39). OHSAS 18001 standardının asıl amacı ise önleyici olmasıdır. Önleyici olmasının yanında kontrol edici ve düzeltici faaliyetleri ve geri dönüş yapma gibi fonksiyonları da bulunmaktadır. Önleyici nitelik taşıyan bu standart, tehlike henüz meydana gelmeden önce önlemeye çalışarak, ortaya çıkabilecek riskleri minimum seviyeye indirmektedir. OHSAS 18001 iş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemi her ne kadar

çalışanların korunması için oluşturulmuş bir standart olsa da işletme güvenliği ve üretim güvenliği gibi konuları da ele alan bir standarttır (Füzün, 2008:23). OHSAS 18001 iş sağlığı ve güvenliği yönetim sisteminin sağladığı birtakım faydalar vardır. Bu faydalar; çalışanların daha sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışmaları, çalışanların motivasyon düzeyinin yükseltilmesi, çalışma ortamına yönelik alınan tedbirler neticesinde işletme güvenliğinin sağlanması ve iş performansının artmasıdır (Yakut ve Akbıyıklı, 2013:99).

1.9.2.5. SA 8000 Sosyal Sorumluluk

SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı, iş hayatına yönelik geliştirilmiş olan standartlardan biridir. SA 8000 standardı, insana değer veren bir standart niteliği taşımaktadır. Bu standart; zorla çalıştırma, işçi ücretleri, özlük hakları, çocuk işçiler, çalışanların iş sağlığı ve güvenliği, çalışanlar arası ayrımcılık, çalışma saatleri ve toplu sözleşme hakları vb. konuları kapsamaktadır (Dinçer ve Ünsar, 2014:2). SA 8000 standardı çerçevesinde işletmelerin uymak zorunda oldukları bir takım koşullar bulunmaktadır. Bu koşullar aşağıda yer almaktadır (Aydemir, 2007:100-101):

Zorla çalıştırma: İşletmeler işçilerini zorla çalıştırmaya eyleminde bulunamazlar. İşçilerden herhangi bir kimlik veya belirli bir miktarda kaparoyu işletmeye vermelerini isteyemezler.

İşçi ücretleri: İşçilere verilecek ücret, en az ülkenin asgari ücreti kadar ve işçinin temel gereksinimlerini karşılayacak miktarda olmak zorundadır.

İşçilerin çalışma saatleri: İşçiler haftalık 48 saatin üzerinde çalıştırılmazlar (herhangi bir istisnai olağan üstü durumlar hariç) ayrıca işçilerin fazladan aldıkları mesailerde haftalık 12 saati geçemez.

Çocuk işçilerin çalıştırılmaması: 15 yaşın altındaki çocukların çalıştırılması yasaktır. 15 yaşın üstünde yer alan çocuk işçiler eğer eğitimlerine devam ediyorsa, işe ayıracakları toplam süre günde 10 saati geçemez.

İşçilerin sağlık ve güvenliği: İşletmeler, çalışanlarına karşı sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı oluşturmak ve ortaya çıkabilecek risklere karşı önleyici tedbirler almak zorundadır.

Çalışanlar arası ayrımcılık: Çalışanlara cinsiyet, din, dil vb. herhangi bir farklılıktan dolayı ayrımcılık yapılamaz. Kaba kuvvet, sözlü taciz, fiziksel ve psikolojik baskı yapılamaz.

Toplu sözleşme hakkı: İşçiler toplu pazarlık hakkına sahiptir ve bu hakları ellerinden alınamaz.

SA 8000, uluslararası çerçevede çalışanların etik ve insani çalışma koşullarına sahip olmasını amaçlamaktadır. Bu kuruluş, etik çalışma ortamı standartlarının oluşturulması ve geliştirilmesinde önemli bir yere sahiptir (Yamak, 2007:147). SA 8000 standardını uygulayan işletmeler, işçilerine sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı oluşturarak, çalışanların motivasyon düzeyinin ve işletmeye olan bağlılığının artmasını sağlamaktadır. Çalışan motivasyonunun artması çalışanların verimlilik düzeyini de yükseltmektedir. Böylelikle işletme hem daha fazla kâr elde etmekte, hem toplum gözünde daha güvenilir bir işletme imajı kazanmakta, hem de nitelikli işgücünü kendine çekebilmektedir. Ayrıca, bu standarda sahip işletmeler tüketiciler tarafından da daha çok tercih edilmektedirler. Bu bağlamda, işletmeye, çalışanlara, topluma ve devlete katkısı olan SA 8000 standardının işletmeler tarafından uygulanması büyük önem arz etmektedir (Öztuna, 2017:2375-2376).

1.9.2.6. FTSE4Good Sosyal Sorumluluk Endeksi

FTSE4Good, bir sosyal sorumluluk yatırım endeksidir. Endeks, işletmelerin sürdürülebilir çevreyi esas alan konularda çalışmalar yürütmesi, işletme ve paydaşları arasında olumlu bir iletişimin sağlanması, evrensel baz da özlük haklarının desteklenmesi gibi ölçütleri içermektedir (Özdemir ve Pamukçu, 2016:20). Endeksin amacı ise, sosyal sorumluluğa sahip işletmelerin performans düzeylerini belirlemek ve yatırımlarının kolaylaştırılmasını sağlamaktır. Sosyal sorumluluk ve etik davranışlara yönelik fonlar gün geçtikçe artış göstermektedir. FTSE şeffaf evrensel standartlar çerçevesinde, artış gösteren yatırımcı ilgisini karşılamaya yönelik eylemlerde bulunmaktadır. FTSE4Good, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik çabalarını da göz önünde bulundurmaktadır. Bu endekste yer almak isteyen işletmelerin endekste yer alan ölçütlere göre hareket etmeleri gerekmektedir (Korkmaz, 2006:117).

1.9.2.7. AA 1000 Kurumsal Hesap Verilebilirlik Standardı

AA 1000 standardı, kâr amacı gütmeyen bir organizasyon olan “Sosyal ve Etik Hesap Verilebilirlik Enstitüsü” tarafından 1999 yılında İngiltere’de geliştirilmiş olan bir standarttır. Bu standart, işletmelerdeki etik davranışın ölçüm ve raporlamasını içermektedir (Aktan ve Vural, 2007:17). AA 1000 standardı; işletmelerin hesap verebilir, sürdürülebilir ve sorumlu şekilde faaliyetlerini gerçekleştirmesini desteklemektir (Hoştut, 2015:123). Hem toplumun ekonomik ve toplumsal konuları içeren raporlarına yönelik güvensizliğin giderilmesi hem de işletmelerin sosyal ve etik performanslarının artırılması için geliştirilen standart, hesap verebilirlik, sorumluluk ve sürdürülebilirlik ilkelerini birbirine bağlayan bir yöntem olarak kullanılmaktadır. AA 1000 standardı, bir dizi kalite ilkesinden, sosyal ve etik muhasebe süreci standartlarından oluşmaktadır (Göbbels ve Jonker, 2003:55). Bu standartla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde yer alan raporlama ve denetim

konularında gelişimin sağlanması, toplumla işletme arasında güven bağının oluşturulması, sürdürülebilir rekabet avantajının kazanılması amaçlanmaktadır (Altuntaş, 2020:27).

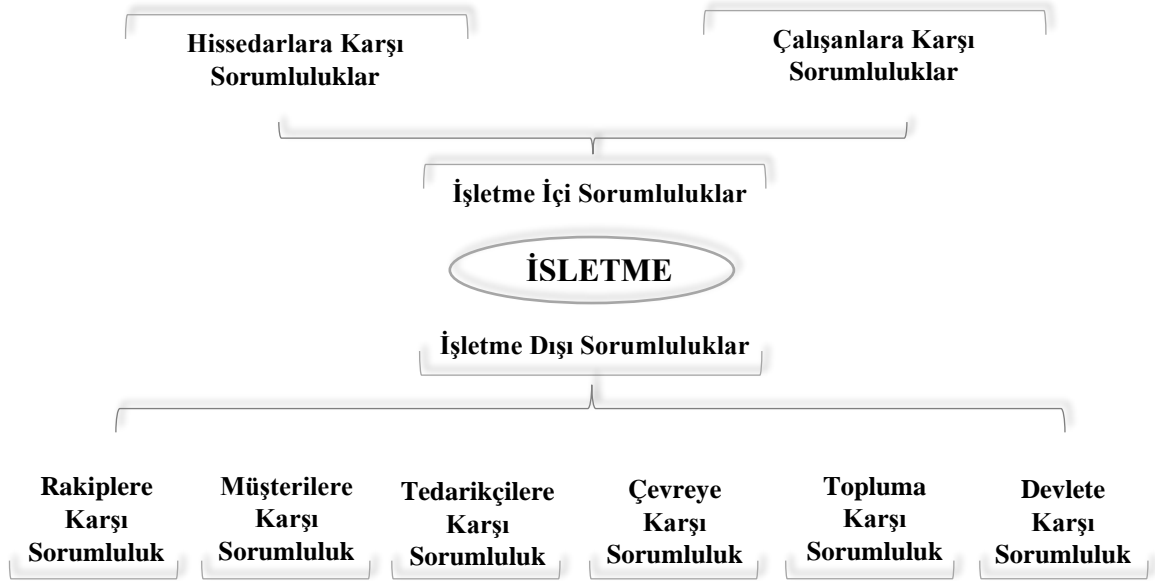
İKİNCİ BÖLÜM

İŞLETMELER AÇISINDAN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Günümüzde, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları işletmeler için önemli bir referans niteliği taşımaktadır. İşletmelerin çevreye duyarlı teknolojiler kullanması, sorumluluk bilinciyle hareket etmesi ve topluma yönelik daha iyimser davranışlarda bulunması, işletmelerin toplumla olan ticari ilişkilerinin ve duygusal bağlarının artmasını sağlamaktadır. (Dinçer, Bayram ve Bayram, 2019:236-237). İşletmelerin faaliyetlerini yürütmeleri ve yaşamlarını devam ettirebilmeleri, mal ve hizmet üretimlerinin ötesinde müşteri, çalışan, devlet ve toplum gibi paydaşlarının çıkarlarını gözeten kararlar alması ve bu bağlamda stratejiler geliştirmesi ile mümkündür. Yani, işletmeler sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bilincinde olarak hareket etmelidirler (Kerse ve Seçkin, 2017:840).

2.1.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında ilişki içerisinde bulunduğu çıkar grupları vardır. Bu çıkar gruplarının kimisi işletmeyle doğrudan ilişki içerisinde bulunurken, kimisi de dolaylı olarak ilişki içerisinde bulunmaktadır. İşletmenin çevresi olarak da nitelendirilen bu çıkar grupları, genel olarak işletmenin iç çevresi ve dış çevresi olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir (Korkmaz, 2009:47).



Kaynak: Aktan ve Börü, 2007:11'den Uyarlanmıştır.

Şekil 3: İşletme İçi ve İşletme Dışı Sorumluluk Alanları

Kurumsal sosyal sorumluluk alanları kapsamında işletmenin iç çevresi içerisinde; hissedarlar ve çalışanlara yönelik sorumluluklar yer alırken, dış çevresi içerisinde ise; müşteriler, tedarikçiler, çevre, devlet, rakipler ve topluma yönelik sorumluluklar yer almaktadır. İşletme ise hem iç hem de dış çıkar grupları arasında yer almaktadır ve kurumsal sosyal sorumluluğunu her iki tarafın da beklenti ve isteklerini karşılayacak şekilde dengelemeye çalışmaktadır (Aktan ve Börü, 2007:10).

2.1.1. İşletme İçi Sorumluluklar

2.1.1.1. İşletmelerin Hissedarlara Karşı Sorumlulukları

Kurumsal sosyal sorumluluk alanları içerisinde hissedarlar büyük bir öneme sahiptir. İşletmenin üstüne düşen sorumlulukları yerine getirmesiyle, işletme kârlarının ve hisse değerlerinin artış göstermesi doğrudan ilişki içerisinde. Hissedarların işletmeye karşı güven duymaları, hissedar haklarının korunması ve hissedar sermayelerinin işletmede

barınması işletmenin sürekliliği için büyük önem arz etmektedir (Gürbüzsal, 2015:36). İşletme sürekliliğinin sağlanmasında güven unsuru da hissedarlar için önemli bir yere sahiptir. Hissedarların işletmeye karşı güven duygusu geliştirmeleri ise ancak işletmenin iyi bir itibara sahip olmasıyla mümkündür. İşletmeler bu güven duygusunu geliştirebilmek için hissedarlarıyla iyi iletişim kurmalı, mali hesap ve raporlarını şeffaf bir şekilde kamuoyuyla paylaşmalıdırlar (Becan, 2011:22). İşletmenin hissedarlara yönelik sorumlulukları arasında, hesapların yanlış tutulmaması, girdi ve çıktılarının doğru hesaplanması, yatırımların ve faaliyetlerin doğru olması gibi birçok faktör bulunmaktadır (Pelit, Keleş ve Çakır, 2009:23). İşletmelerin hissedarlara karşı sorumlulukları şu şekilde ifade edilmektedir (Öztürk, 2010:27; Büyükyılmaz ve Fidan, 2015:374).

- İşletmelerin, hissedarlarının haklarını koruması ve gözetmesi,
- İşletmelerin, hissedarlarla ilgili bilgileri paylaşmaması,
- İşletmelerin, hissedarların istek, öneri ve şikâyetlerine cevap vermesi,
- Hissedarların bilgilendirilmesinde açık ve dürüst davranılması,
- Hissedarlara verilen sözlerin yerine getirilmesi.

Milton Friedman (1970), şirketlerin sosyal sorumluluğu üzerine yaptığı çalışmada hissedarlar için kârı maksimize etmenin temel amaç olduğunu fakat zamanla işletmelerin toplumsal anlamda sorumluluk almaları konusunda en önemli mütteliklerinin hissedarları olduğunu ifade etmektedir (Glac, 2014:54). Bu bağlamda, işletmeler hissedarlara karşı olan sorumluluklarını yerine getirerek, daha fazla kaynak sağlamak ve yatırımlarını arttırabilmektedirler. Yatırımların büyümesi ise beraberinde kârlılığı arttırmakta ve işletme değerinin yükselmesini sağlamaktadır (Büyükyılmaz ve Fidan, 2015:374).

İşletmelerin hissedarlara karşı sosyal sorumlulukları önemli bir alan olarak nitelendirilse de sosyal sorumluluklar bir bütün olarak ele alınmalı ve işletmenin bütün paydaşlarının bu sorumluluktan faydalanması sağlanmalıdır. Burada hissedarlara daha fazla sorumluluk yüklenmektedir. Hissedarlar ellerinde bulunan sermaye ve tasarrufları sadece kendi yararları için değil, toplumun yararları için de kullanmalıdırlar (Öztürk, 2010:27).

2.1.2.2. İşletmelerin Çalışanlara Karşı Sorumlulukları

İşletmelerin temel sorumluluk alanına giren en önemli paydaşlarından biri çalışanlardır. Çalışanların günlük hayatlarında zamanlarının büyük bir bölümünü işletmede geçirdikleri yadsınamayacak bir gerçektir. Bu durum değerlendirildiğinde çalışanların iş koşullarının iyileştirilmesi, sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışmalarının sağlanması, yaşam koşullarının iyileştirilmesi hem çalışanlar için hem de işletmeler için faydalı ve ileriye dönük bir yatırımdır (Çalışır, 2019:28). İşletmenin çalışanlarına karşı en temel sorumluluğu etkili ve verimli bir çalışma ortamı sunmaktır. Bunun yanında diğer birçok sorumluluğu bulunmaktadır. Bu sorumluluklardan bazıları (Metin, 2006:255; Güngör, 2016:24-25);

- Çalışanların iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması,
- Kişiliklerine saygı duyulması ve herhangi aşağılayıcı bir tavır sergilenmemesi,
- Terfi gibi kazanımlarında adaletli davranılması,
- Fazladan mesailerde zorlayıcı olunmaması ve isteklerine bırakılması (istisnai durumlar hariç),
- Ücretlendirmelerinin en az temel ihtiyaçları karşılayacak miktarda olması,
- Çalışanlara ek destek (bayramlarda ve özel günlerde ekstra yardım, işe geliş ve gidişlerde servis, çocukları için kreş ve oyun evleri açmak vb.)
- Sosyal güvencelerinin (sigorta) yapılması,
- Çalışanlar arasında ayrımcılık yapılmaması,

- Çalışanların eğitimi ve gelişimi için kariyer desteği,
- Sendikalaşma gibi faaliyetlerine izin verilmesi.

Yukarıda belirtilen sorumlulukların yerine getirilmesi dışında, işletmenin çalışanlarının motivasyon düzeylerini yüksek tutması da oldukça önemlidir. Motivasyon düzeyi yüksek bir çalışan, daha etkili ve verimli bir çalışma sürdürmektedir. Bu da işletmeye kâr olarak geri dönmektedir (Metin, 2006:255). İşletmelerin çalışanlarıyla güçlü ilişkiler kurması da büyük önem taşımaktadır. İşletmeler kurulan bu güçlü ilişkiler sayesinde ekonomik bir başarıya ulaşabilmektedirler. İşletmenin, çalışanlarına karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmesi de toplumdaki konumunu korumasına yardımcı olmaktadır (Becan, 2011:21). Ayrıca, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti yürüten işletmeler daha kalifiye işgücünü de kendine çekmektedir. Böylece, işgücü maliyetleri düşmekte ve çalışanlara verilen eğitim maliyetleri de azalmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarıyla birlikte ön plana çıkan insan unsuru da rekabet üstünlüğünün sağlanmasında önemli bir kaynak niteliği kazanmıştır (Başar, 2014:62).

2.1.2. İşletme Dışı Sorumluluklar

2.1.2.1. İşletmelerin Müşterilere/Tüketicilere Karşı Sorumlulukları

İşletmeler, müşteri ihtiyacını karşılamak amacıyla mal ve hizmet üretimi gerçekleştirirler. İşletmelerin rekabet ortamında rakiplerinin önüne geçmesi ancak müşteri tatminini oluşturmasıyla gerçekleşmektedir (Değirmen, 2016:66). İşletmeler sürekliliklerini devam ettirebilmek için müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarına önem vermelidirler. Bu bağlamda işletmelerin, müşterilerine yönelik sorumluluklarını yerine getirmesi önem arz etmektedir. İşletmelerin, müşterilerine karşı sorumlulukları şu şekilde sıralanabilir (Torlak, 2003:58; Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009:19-20);

- Güvenli ürünler üretme,
- Müşterileri/tüketicileri doğru bilgilendirme,
- Gereklilik arz etmeyen ürünleri baskı yaparak satmaya çalışmamak,
- Üretilen ürün ve ambalajlarda kullanılan maddelerin çevre ve insan sağlığını olumsuz etkilememesi,
- Fiyatların fahiş olmaması ve kabul edilebilir olması,
- Aldatıcı reklamların yapılmaması,
- Tüketicilerin korunması,
- Tüketicilerin aleyhine diğer rakiplerle fiyat anlaşması yapmaktan kaçınma,
- Kullanışsız ve sahte ürünler üretmeme,
- Ürün garantisinin verilmesi vb.

İşletmelerin müşterileri korumaya yönelik davranışlarda bulunması ve istismarcı şahıs ve gruplarla mücadele etmesi de sosyal sorumlulukları arasında değerlendirilmektedir. Müşteriler, işletmelerden mal ve hizmet satın almaktadırlar. Bu bağlamda, işletmeler müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını giderebilecek nitelikte mal ve hizmet üretmelidirler. Ürettikleri ürünlerin içerisinde hangi maddelerin bulunduğunu, tehlike barındırıp barındırmadığını ve ürünlerin nasıl kullanılması gerektiğine dair bir bilgilendirme hazırlanıp ambalajların içinde yer almalıdır. Ayrıca, üretilen bu mal ve hizmetler kalite kontrolünden geçirilerek pazara sunulmalıdır. İşletmenin müşteriye yönelik üstlendiği sorumluluklar her ne kadar işletme için maliyetli görünse de, pazar payında yaşanacak artışlar bu gayretlerini karşılıksız bırakmayacaktır (Büyükyılmaz ve Fidan, 2015:376).

Müşterilerinin taleplerini hızlıca karşılayan, ürünlerini kalite standartları çerçevesinde üreten ve müşteri taleplerini kendi kârlılığının önünde tutan işletmeler,

müşteriler tarafından daha çok tercih edilerek satışlarını arttırabilecektir. Dolayısıyla, işletmelerin mal ve hizmet sundukları müşterilere karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmeleri oldukça önemlidir (Öztürk, 2010:34). Ancak, tüketiciler artık işletmeden istek ve ihtiyaçlarının karşılanması yanı sıra toplumsal sorunların çözümünde de yer almalarını istemektedir. İşletmeden ürün üretimini gerçekleştirirken çevreyi kirletmemesini, çevreye yönelik katkılarda bulunmasını, geri dönüşümlü ürünler üretmesini ve sağlık, eğitim, kültür, sanat gibi faaliyetlerde yer almasını istemektedir (Balı ve Cinel, 2011:58).

2.1.2.2. İşletmelerin Rakiplere Karşı Sorumlulukları

Her işletmenin en az bir veya birden fazla rakibi bulunmaktadır. İnternetin iş yaşamında kullanılmaya başlamasıyla birlikte coğrafi sınırların ortadan kalkması işletmeler ve rakipleri arasındaki rekabetin daha da şiddetlenmesine yol açmıştır. Kâr amacı güden işletmelerden ziyade kâr amacı gütmeyen işletmeler bile birbirleriyle kıyasıya rekabet içindedirler (Aktan ve Börü, 2007:12). Yaşanılan küresel dünyada işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetlerle pazarda tek olma arzuları neredeyse mümkün değildir. Aynı iş sektöründe faaliyet gösteren işletmeler birbirleriyle rakip olarak ifade edilmektedir. İşletmelerin mal veya hizmetlerinde yaptıkları en ufak bir değişim bile rakiplerinden önde olmalarını sağlamaktadır. İşletmeler sürekli birbirleriyle bir mücadele içerisindedirler. Bu mücadelede toplumsal sorunlara yönelik sosyal sorumluluk faaliyetleri yürüten işletmeler rakiplerinin önüne geçebilmektedirler (Çalışır, 2019:31). İşletme ve rakipleri arasında pazar koşulları da oldukça belirleyici bir rol oynamaktadır. İşletmelerin rakiplerine karşı sorumluluklarından bazıları şunlardır (Çam, 2010:26);

- Haksız rekabetin önlenmesi,
- Rakiplerin suçlu duruma düşürülmemesi,
- Rakiplerin gizliliklerinin ihlâl edilmemesi,

- Rakiplerin çevreye ve insan sağlığına yönelik ürünlerinin ve faaliyetlerinin göz ardı edilmemesi,
- Haksız fiyat konulmaması ve haksız fiyat anlaşmaları yapılmaması,
- Rakipleri pazar dışı bırakarak müşterilere kendi ürününü fahiş fiyattan satmaya yönelik baskı oluşturulmaması.

Yukarıda yer alan hususlar işletmenin rakiplerine karşı sorumlulukları kapsamında yer almaktadır.

2.1.2.3. İşletmelerin Tedarikçilere Karşı Sorumlulukları

İşletmelerin, mal üretebilmeleri ve mal satabilmeleri için kaynaklarının tedariki gereklidir. İşletmeler, tedarikçiden aldıkları hammadde sayesinde mal üretebilmektedirler. Tam zamanında ve sıfır hata ile üretimin yapılabilmesi tedarikçileri işletme için önemli kılmaktadır (Korkmaz, 2009:61). Tedarikçilerin işletmeye sağladıkları araç-gereçler, hizmetler vb. ile işletmenin kaliteli ürünler üretmesi ve bu sayede rekabet üstü avantaj kazanması da tedarikçileri işletme için önemli kılan diğer bir unsurdur. Tedarikçiler yalnızca işletmeye mal ve hizmet sağlayan işletmeler ile sınırlı kalmamaktadır. İşletme için yetişmiş eleman gereksinimi karşılayan meslek okulları, para ve kredi temini sağlayan finans kuruluşları, sigorta hizmetlerini sağlayan işletmeler ve buna benzer işletmenin faaliyetlerine yardımcı olan diğer işletmeler ve kuruluşlar da tedarikçi kapsamında değerlendirilmektedir (Aktan ve Börü, 2007:11).

İşletme ile tedarikçiler arasında karşılıklı bir ilişki mevcuttur. İşletmelerin ve tedarikçilerin birbirlerine güven duymaları ortaya çıkabilecek sorunların çözüme kavuşması için oldukça önemlidir. İşletmelerin ve tedarikçilerin birbirlerine karşı bazı sorumlulukları vardır. İşletmelerin tedarikçilere yönelik sorumlulukları arasında; haksız rekabetin

önlenmesi, kalite artışı için destek verilmesi, çevreye yönelik sorumlulukların hatırlatılması gibi sorumluluklar yer alırken, tedarikçilerin işletmeye yönelik sorumlulukları arasında; en iyi fiyat, yeterli miktar, yeterli kalite, hammadde ve malzeme tedarikinin en iyi şekilde yapılması gibi sorumluluklar yer almaktadır (Dalkıran, 2015:22; Değirmen, 2016:83).

Tedarikçi, işletmeye kaliteli ve sağlam olan mal veya hizmetlerin teminini sağlamakla, işletme de tedarikçiye ödeme hususunda destek olmakla ve bu desteği tedarikçiye bir zorunluluk olarak hissettirmemekle sorumludur (Arslan, 2019:24).

2.1.2.4. İşletmelerin Çevreye Karşı Sorumlulukları

İşletmelerin günümüz koşullarında artık sadece kâr elde etmek amacıyla faaliyetlerini sürdürmeleri yeterli değildir. İşletmeler kâr elde etmek ve sürdürülebilirliklerini sağlamaya yönelik faaliyetler gerçekleştirirken çevreyi etkilemekte ve çevreden etkilenmektedirler. Bundan dolayı, işletmeler çevreyi korumaya yönelik faaliyetler gerçekleştirmekte ve teknolojik alanlara yatırım yaparak gerek ulusal gerekse uluslararası pazarlarda olumlu bir ivme kazanmaktadırlar (Ceyhan ve Ada, 2015:116). Dünya üzerinde ortaya çıkan çevre kirliliğinin oluşması ve çevrenin tahrip edilmesinde en çok etkisi bulunan aktörler işletmelerdir. Çünkü işletmeler kaynaklarını temin etmek amacıyla doğayı bilinçsiz şekilde kullanmışlar ve kaynakları sınırlı olan bir dünyada sınırsızca büyümeye çalışmışlardır. Bu bağlamda işletmeler, hem sorun üretme hem de sorunları çözüme kavuşturma noktasında iki ayrı konuma sahiptirler (Gültekin, Çelik ve Aykanat, 2007:152).

İşletmeler daha yaşanılabilir bir çevre için doğal kaynakları etkili ve verimli şekilde kullanmalı, atıkların geri dönüşümünü sağlamalı, çevre dostu temiz teknolojiler ile üretim yapmalıdırlar. İşletmeler, çevreye ve doğaya verdikleri zarardan sorumludurlar ve sorumluluklarının bilincinde olarak hareket etmelidirler (Marangoz, 2004:76). İşletmelerden

mal veya hizmet üretimi yaparken çevreye zarar vermeden ve çevreyi tahrip etmeden faaliyet sürdürmeleri istenmektedir. İşletmelerin sadece çevreci olmaları yeterli sayılmamakta ve toplum, işletmeden bu faaliyetleriyle birlikte çevreci ürünler üretmesini ve çevresel tedarik zincirleri gibi faaliyetlere yönelmesini istemektedir (Çelik, 2013:52-53).

Giderek artış gösteren çevre sorunları, işletmelerin çevreye yönelik sorumluluklarına odaklanmalarını sağlamıştır. İşletmeler, çevreye yönelik sorumluluklarının farkına varmışlar ve bu bağlamda, çevrenin korunması adına işletme atıklarının en aza indirilmesi, çevre dostu ambalaj ve paketleme, atıkların geri dönüşümü gibi çalışmalar yapmaya başlamışlardır (Karahana, 2006:22-23). İşletmelerin çevreye karşı bazı sorumlulukları vardır. Bunlar (Yurt, 2018:32);

- Çevre sorunlarına neden olmayan, kullanım açısından herhangi bir tehlike barındırmayan, geri dönüşümü sağlanan mal ve hizmetlerin üretilmesi,
- Tüketimi ekonomik olan enerji ve doğal kaynak kullanımı,
- Çevrenin korunmasına yönelik bilincin oluşturulması için bu konudaki eğitim ve programlara destek verilmesi,
- İşletmenin neden olduğu çevre sorunları, sağlık ve güvenlik gibi konularda toplumun bilgilendirilmesi,
- İşletme faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan atıkların geri dönüşümünün sağlanması ve atıkların zararlarının ortadan kaldırılması,
- Çevre dostu ürünler üretmek,
- Çevre dostu teknolojiler ile üretim yapmak,
- Doğal kaynakları etkili ve verimli kullanarak enerji tasarrufu yapılmasını sağlamak,

- ISO 14001 çevre yönetim sisteminde yer alan denetleme yöntemlerinin geliştirilmesini desteklemek ve gereken raporların düzenlenmesini sağlamak.

Çevreye zarar veren işletmeler, toplumun tepkisiyle karşı karşıya kalmaktadır. Çevre dostu politikalar izleyen, çevreye zarar vermeyen işletmeler ise toplum tarafından daha çok beğenilmektedir. İşletmeler uyguladıkları çevre dostu politikalar sayesinde toplumun gözünde iyi bir imaj kazanmaktadır (Demirel, 2018:24).

2.1.2.5. İşletmelerin Topluma Karşı Sorumlulukları

İşletmelerin topluma karşı sorumlulukları, temel olarak toplumun yaşam şartlarının iyileştirilmesi ve düzeltilmesi olarak ifade edilmektedir. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının ana konusunu oluşturan toplumsal sorunlar; kıtlık, yoksulluk, açlık, şiddet, işsizlik, çevredeki problemler gibi toplumu etkileyen her türlü sorunlar bu kapsamda ele alınmaktadır (Değirmen, 2016:67). İşletmelerin topluma karşı destek olması gereken konular şunlardır (Torlak, 2019:42);

- Yoksulluk ve açlık,
- Engelli bireylere yönelik istihdamın sağlanması,
- İşsizlik ve işsizliği azaltıcı uygulamalar,
- Nüfus artışında yaşanan ani değişimleri düzenleyici çalışmalar,
- Her türlü şiddetin önlenmesine yönelik çalışmalar,
- Eğitime destek,
- Çevrenin korunması,
- Madde bağıllığının önlenmesi.

İşletmeler sosyal sorumluluklarını bu vb. alanlara yönelik yatırım yapmak, destek sağlamak ve sorunlara çözüm üretmek olarak ortaya koymaktadırlar. Ayrıca eğitim,

sağlık, sanat gibi faaliyetlere de destek vererek toplumsal açıdan sosyal sorumluluklarını yerine getirmektedirler (Torlak, 2019:42). Bu bağlamda toplumsal açıdan işletmenin sosyal sorumluluğu, toplum tarafından kabul edilen faaliyetlerde yer almak, toplum tarafından kabul edilmeyen faaliyetlerden uzak durmak ve toplumun isteklerini karşılamaktır (Çelik, 2009:20).

İşletmeler, toplumdaki avantajlı olmayan gruplara yönelik yaşam kalitelerini arttırıcı faaliyetlerde bulunmalıdırlar. İnsani değerlere önem vermeli ve toplumun hassas olduğu konulara yönelik duyarlı şekilde davranmalıdırlar (Arslan, 2018:65). İşletmelerin topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmesi ve toplumsal faaliyetler yürütmesi işletmeye bir takım avantajlar kazandırmaktadır. Bu avantajlar (Metin, 2006:268);

- Toplum güveninin kazanılması,
- Mal ve hizmetlerinin daha çok tercih edilmesi,
- İşletme imajının oluşması ve saygınlığının artması,
- Uzun vadede konumlarını korumaları,
- Ürün ve hizmetlerinin prestijinin artması,
- İşletmenin kötü zamanlarında toplumun destek olması,
- Daha nitelikli işgücünü kendine çekmesi,
- Reklama gerek kalmadan geniş kitlelerce tanıtımının sağlanması,
- Müşteri kitlesi oluşturma vb.

Özetle, işletmeler topluma yönelik sorumluluklarını yerine getirerek hem kendisine hem de topluma fayda sağlamaktadır. Toplumsal açıdan; işletmelerin yürüttükleri sosyal sorumluluk çalışmaları toplumsal kalkınmayı sağlarken, işletme açısından; vergi

tasarrufu ve yasal sorumlulukların azaltılması neticesinde işletmeye rakiplerine karşı rekabet avantajı kazandırmaktadır (Başar, 2014:63).

2.1.2.6. İşletmelerin Devlete Karşı Sorumlulukları

İşletmelerin faaliyet yürüttükleri ülkede devlet kuruluşları tarafından ortaya konulan kanun ve yaptırımlara uyma zorunluluğu vardır. Devlet kuruluşları tarafından yeni yatırımları desteklemek, iş kolundaki ilişki ve uygulamaları düzenlemek, ulusal ve uluslararası ticareti korumak amacıyla bazı kanun ve yaptırımlar ortaya konulmaktadır. İşletmelerin ise bu kanunlara uyması gerekmektedir (Öztürk, 2010:39).

İşletmenin varlığını sürdürebilmesi için devlete karşı yerine getirmesi gereken sorumlulukları vardır. Devlet, işletme üzerinde büyük bir güce sahiptir. Bu bağlamda işletmenin, devlete karşı sorumlulukları arasında; vergilerini ödemesi, yasa dışı vergi raporları düzenlememesi, denetim faaliyeti icra eden organlarla ilişki içinde bulunması ve sosyal açıdan ortaya çıkan sorunlara karşı çözüm üretmesi gerekmektedir (Arslan, 2018:64).

Genel olarak devlet, işletmelerden ülkeye hizmet etmesini ve vergi yükümlülüklerini yerine getirmesini istemektedir. Ayrıca, işletmenin faaliyetlerini en asgari koşullar çerçevesinde gerçekleştirmesi gerektiğini genel hususlarla ortaya koymaktadır. İşletmeler devletin bu koşullarını yerine getirmekle sorumludurlar. Devletin yeterli olmadığı durumlarda ülkeye destek olmak, istidama katkı sağlamak, ithalat ve ihracatta ekonomik politikalara uymak ve elde ettiği kazancının bir bölümünü vergi olarak düzenli bir şekilde ödemek işletmenin sorumluluğudur. İşletme de devlete karşı sorumluluklarını yerine getirirken devletten iyi bir çalışma ortamı sunmasını ve işletmeyi desteklemesini beklemektedir (Pelit, Keleş ve Çakır, 2009:22).

2.2. İşletmeler Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Gerekli Kılan

Nedenler

Gelişen ve gelişmekte olan dünyada bütün insanlığın birbirine karşı olan bağlılığı teknolojik, siyasal ve ekonomik gelişmelerle birlikte artmaya devam etmiştir. İşletmelerin büyümesi, faaliyet alanlarının genişlemesi ve sayılarının artması beraberinde toplumda maddi ve beşeri olmak üzere bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dolayısıyla, işletmelerin paydaşlarına yönelik sorumlulukları artmıştır. Toplumsal refahın sağlanması ve işletmelerin süreklilik sağlayabilmesi için işletmelerin yerine getirmesi gereken sorumlulukları önem kazanmıştır (Cingöz ve Akdoğan, 2012:332; Saraçoğlu, 2013:15). Dünyada meydana gelen değişimler doğal çevrenin bozulması, kaynakların kıtlaşması, yoksulluk ve bitmek bilmeyen ticari savaşlar vb. nedenlerle küresel boyuttaki sorunlara çözüm bulmak amacıyla işletmeler ahlaki sorumluluklarının olduğunu kabul etmişlerdir. Ancak bu işletmelerin çok az bir kısmı yaşamlarını devam ettirebilmenin kendi çabalarına bağlı olduğunu farkındadır. Yani, dünya yoksa küresel ölçekteki işletmelerin de var olamayacağını bilincindedirler (Albayrak, 2011:79).

Günümüz koşullarında bir işletmenin başarısı kârı maksimize etmesiyle değil, kazancını toplumsal sorunların çözümüne destek olmak ve bu doğrultuda politikaları benimseyerek faaliyetlerini gerçekleştirmesiyle ilişkilidir. İşletmeler içinde yaşadıkları sistemin bir parçası olduklarından, yaşamlarını devam ettirebilmek için bu sistemde yaşanan değişimlere uyum sağlamalıdır. İşletmelerin faaliyetlerini devam ettirirken toplumu etkileyen kaynakları kontrol etmelerinden dolayı, bu kaynakları kullanırken sorumlu olduklarını bilerek hareket etmeleri gerekmektedir (Korkmaz, 2009:23). İşletmelerin yaşamlarını sürekli olarak devam ettirebilmeleri için, içinde buldukları toplumun sorunlarına yönelik faaliyetler yürütmesi gerekmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk

faaliyeti yürüten bir işletme, toplum tarafından benimsenmekte ve iş görenler tarafından daha çok tercih edilmektedir. İşletmenin ürettiği mal ve hizmetlerde daha fazla müşteri tarafından satın alınmaktadır. Bu bağlamda daha fazla müşteriye ulaşmak için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti işletmeler açısından gereklilik arz etmektedir (Taşlıyan, 2012:34).

Genel olarak sosyal açıdan işletmeleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönlendiren üç neden vardır. Bunlar (Tak, 2009: 149);

1. Toplum açısından işletmelerin meşru olması ve bunu koruyabilmesi,
2. İşletmelerin toplumla doğrudan ve dolaylı olarak ilişki içinde bulunmasından kaynaklanan, toplumun istek ve baskıları,
3. Sosyal açıdan sorumluluğun ortaya konulmasında işletme yöneticilerinin tercihleri.

Ayrıca, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde işletmenin toplum açısından imajının ve itibarının artması, yatırımcıların işletmeye yönelmesi, marka değerinin artması, toplum tarafından benimsenmesi ve işletme verimliliğinin artması gibi nedenler de kurumsal sosyal sorumluluğu işletmeler açısından gerekli kılmaktadır (Akgül, 2010:103).

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Önemi

Günümüzde işletmeler ürettikleri mal veya hizmetlerle değil, yerine getirdikleri sorumluluk davranışlarıyla değerlendirilmektedirler. Gerek bireylerin gerekse kuruluşların içinde bulunduğu toplumun sorunlarına odaklanması büyük önem arz etmektedir. Devletin sorunlara karşı yetersiz kaldığı durumlarda; çevre kirliliği, hava kirliliği, kıtlık, açlık gibi olaylar karşısında kurum ve kuruluşların gerçekleştirecekleri sosyal sorumluluk faaliyetleri, toplumun refah düzeyini arttıracak bununla birlikte ekonomik ve sosyal yönden de toplumun gelişimine katkıda bulunacaktır. Bu durum işletmeye de çeşitli getiriler sağlamaktadır.

Öncelikle işletmenin marka ve piyasa değeri sorumluluk anlayışı çerçevesinde artmaktadır. Topluma ve çevreye karşı duyarlı davranan, saygılı ve etik değerlere uygun işletmeler, tüketiciler tarafından daha fazla ilgi görmektedirler. Bu ilgi de toplumun gelişmişlik seviyesiyle doğru orantılı bir şekilde artmaktadır. İşletmeler için birçok fon sağlayan ve yatırım yapan kuruluşlar da işletmeleri sorumluluk performansları çerçevesinde değerlendirmektedir. Bu doğrultuda, sosyal sorumluluk faaliyeti yürüten işletmeler rekabet ve sermaye avantajı kazanmaktadır (Şahinolanlar, 2015:10; Şahin, 2019:18).

Amacı kâr elde etmek ve süreklilik sağlamak olan işletmeler, sosyal sorumluluğu amaçları arasında görmelidirler (Kömürcü, 2012:4). Toplumsal gelişimin artmasıyla sosyo-ekonomik yapı içerisindeki eğitim ve bilincin fazlaşması sosyal sorumluluğun önemini gittikçe arttırmaktadır (Hoşavcı, 2010:51). Ayrıca, sosyal sorumluluk çalışmalarını iyi yöneten bir işletme, yüksek getirilere sahip olabilmektedir. Bunun neticesinde, işletmelerin sosyal sorumluluk çalışmalarına gereken önemi vermeleri beklenmektedir (Çimen, 2007:7). Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları, işletmelerin topluma yararlı olması ve işletmeye çeşitli kazanımlar sağlaması açısından önemlidir (Günay ve Günay, 2009: 1576). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin önem kazanması ve artmasında bazı etkenler bulunmaktadır. Bunlar (Ergül, 2019:18);

- Küreselleşmeyle birlikte sınırların kalkması ve ticaretin yaygınlaşması, insan hakları, çevre, sağlık, güvenlik vb. alanlarla ilgili farkındalığın artması,
- Birleşmiş Milletler, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) gibi kuruluşların kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ile ilgili ilkeler, normlar, kılavuzlar vb. araçlar geliştirmesi,
- Toplumun gelişen iletişim teknolojileri sayesinde daha bilgili olması ve kurumsal faaliyetleri takip etmesinin kolaylaşması,

- Yatırımcıların ve tüketicilerin, sosyal sorumluluk bağlamında yer alan iş uygulamalarına yönelik ilgi düzeylerinin yüksek olması ve de işletmelerin sosyal ve çevresel konuları riskleriyle fırsatlarıyla ne şekilde ele aldıkları hakkında bilgi sahibi olmayı istemeleri,
- Yüksek itibarı ile tanınan işletmelerin iflas etmesi ve bu nedenle kamuya olan güvenin azalması sonucunda kurumsal yönetim, etik, şeffaflık, hesap verebilirlik gibi standartlara ihtiyaç duyulması,
- Kurumsal sosyal sorumluluğun alanına giren sorunlara yönelik düzenlemelerin ve mevzuatın yetersiz kalmasına yönelik farkındalığın artmış olması ve farkındalığı yüksek olan hedef kitlelerin işletmeleri toplumsal duyarlılık alanında yer alan sosyal sorumluluk çalışmalarına yönlendirmeleri,
- Etkili bir kurumsal sosyal sorumluluk çalışmasının işletmeye yeni fırsatlar sunacağı ve işletme imajına yönelik önemli katkılar sağlayacağı konusunda işletmelerin bilinçlilik düzeyinin artmış olması.

Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve Uluslararası Çalışma Örgütü gibi organizasyonlar tarafından çevrenin, toplumun, çalışanların ve işletmenin diğer çıkar gruplarına yönelik geliştirilmiş olan koruyucu davranışları, kurumsal sosyal sorumluluğun önemini ortaya koymaktadır (Ece, 2019:4358). Ayrıca, günümüzde bazı işletmeler tarafından her ne kadar bu tür faaliyetler boşa harcanmış zaman ve kaynak olarak algılanmış olsa da, giderek artış gösteren iletişim teknolojileriyle birlikte tüketiciler daha bilinçli düzeye gelmişlerdir. Dolayısıyla, tüketiciler tarafından kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları işletmeden beklenen ve istenen bir özellik niteliği kazanarak kurumsal sosyal sorumluluğun önemi tekrar vurgulanmıştır (Güleryüz ve Dalkılıç, 2019:2090).

2.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İşletmeler Açısından Avantajları ve Dezavantajları

İşletmelerin amacı, kâr elde etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamaktır. İşletmeler asıl amaçlarının yanında toplumun beklentilerine de cevap vermelidirler. İşletmelerin iç ve dış çevrelerine karşı sağduyulu davranmaları, işletmelere avantaj kazandırabileceği gibi çevresine sağduyulu davranmayan işletmelerin de bu avantajlardan mahrum kalacağı aşikârdır (Çalışkan, 2010:26). İşletmelerin toplumsal sorunlara yönelik faaliyetlerde bulunması, işletmeler için büyük avantajlar sağlamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğun genel olarak sağladığı avantajlar şöyle sıralanabilir (Gezici, 2018:59; Aydınlioğlu, 2018:31-32-33; Tamer, 2019:1123);

- İşletmenin toplum için harcadığı maliyetler, müşterinin faaliyet yürüten işletmeye karşı beslediği olumlu hislerle birlikte işletmenin satışlarını artırır,
- İşletmenin yeni bir piyasada faaliyet gösterebilmesi açısından avantajlar sağlar,
- İşletmeye karşı müşteri sadakatinin oluşmasını sağlar,
- İşletmenin toplum ve devletle olan ilişkisini artırır,
- İşletmenin nitelikli işgücü kaynağını kendine çekmesini sağlar,
- İşletmeye karşı çalışanların güven duygusunu ve bağlılığını artırır,
- İşletmelerin hibe yardımı alması ve vergiden muaf tutulmasını sağlar,
- Müşterilerin satın alma davranışını pozitif yönde etkileyerek satışların yükselmesini sağlar,
- Yatırımcıları işletmeye çekmeyi sağlar,
- İşletmenin kurumsal itibarının artmasını sağlar,
- Toplumsal saygınlığın kazanılmasını sağlar,
- Hisse senetlerinde değer artışı sağlar,

- Faaliyetlerde verimlilik ve kaliteyi artırır,
- Etkin risk yönetimi sağlar,
- Kurumsal öğrenme ve yaratıcılığı artırır.

Ayrıca, rekabet üstü avantaj kazanılması, reklam maliyetlerinin azaltılması, marka değerinin kazanılması, etkili ve kaliteli bir imaj oluşumunun sağlanması, çalışanları işletmede tutma gibi daha birçok avantaj sağlamaktadır (Gültekin, 2018:6). Sonuç olarak, tek amacının kâr elde etmek olmadığını, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirerek topluma yansıtan işletmelerin ciddi kazanımlar elde edeceği görülmektedir (Aydınlioğlu, 2018:33).

Kurumsal sosyal sorumluluğun birçok avantajı bulunmasına rağmen belli başlı dezavantajlı taraflarının da bulunduğu ifade edilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetini gerçekleştiren işletmeler aşağıdaki dezavantajlarla karşı karşıya kalabilmektedirler (Yalçınkaya, 2017:21). Kurumsal sosyal sorumluluğun dezavantajları şu şekilde sıralamıştır (İbalı, (2018:21-22);

- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine kaynak akımının sağlanması, sermayedarları maddi olarak güçlüklerle karşılaştırabilmektedir. İşletmelerin öncelikli amaçlarından biri kâr elde etmek olmasından dolayı bu amaçtan uzaklaşarak sosyal sorunlarla ilgilenmesi, piyasadaki kontrol düzeyinde azalmaya sebep olabilecektir,
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletme bakımından yüksek maliyetli olması sonucunda, işletmenin ürettiği mal veya sunduğu hizmetlere bu maliyetleri eklemesiyle birlikte yüksek fiyat artışından kaynaklanan satışların azalması.

- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik yeni işgücüne ihtiyaç duyulabilir ve işletmenin daha fazla çalışana ücret ödemesi gerekebilir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun işletme açısından dezavantajlarının olduğunu savunanlar genellikle Friedman'ın ileri sürdüğü, işletmenin tek sorumluluğunun kâr maksimizasyonu olduğu anlayışını benimseyen ekoldür. Ayrıca, Hemingway ve MacLagan gibi araştırmacılar da, işletmelerin hileli işlerinin üstünü kapatmada kurumsal sosyal sorumluluğu yardımcı bir araç olarak gördüklerini ifade etmektedirler. Caulkin de işletmelerin sadece iyi bir imaj yansıtmak amacıyla kurumsal sosyal sorumluluğu benimsediklerini ifade etmekte ve etik dışı uygulamalarının olup olmadığını bunun dışında tutmaktadır. Yapılan bütün bu eleştiriler doğruluk payı taşımaktadır. Bu olumsuzlukların açığa çıkması halinde ise işletmeler toplumun sert tepkileriyle karşı karşıya kalacaklardır. Dolayısıyla, etik ilkeleri benimsemeyen ve KSS faaliyetlerine karşı duyarsız kalan işletmelerin hissedarlarına, sahip ve yöneticilerine karşı güvensizliğin yaşanması, performans ve imaj kaybı gibi sorunların yaşanmasına neden olabilecektir (Tamer, 2019:1123).

Sonuç olarak işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluğun avantaj ve dezavantajlarını karşılaştırarak faaliyetlerini gerçekleştirmelidirler. Ancak yapılan araştırmalar, işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluğun avantajlarının olası dezavantajlarından daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır. İşletmeler bunları dikkate alarak faaliyetlerini gerçekleştirmelidirler (Pusak, 2014:40; Anbar, 2019:35).

2.5. Sektörel Açıdan Kurumsal Sosyal Sorumluluk

2.5.1.Özel Sektör Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Günümüzde işletmeler sadece kâr elde etmek amacıyla, sürekliliklerini devam ettiremeyeceklerini ve bu süreç içerisinde toplumsal desteğin kritik bir öneme sahip olduğunun farkına varmışlardır. Bundan dolayı işletmeler toplum tarafından benimsenmek ve arzu edilen bir işletme olma hedefiyle, kamuya fayda sağlayacak faaliyetler yürütmeye başlamışlardır. İşletmeler kendi imkânları doğrultusunda toplumsal fayda hedeflerini yerine getirmeye çalışırlar. Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmenin mevcut bulunduğu pozisyonda işletme ile toplum arasındaki ortaklık olarak nitelendirilmektedir. KSS hem işletmenin hem toplumun hem de ortakların faydasına olacak ilişkilerin gelişimini sağlamaktadır (Öztürk ve Ayman, 2008:148).

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplumsal beklentilerin yanı sıra işletmenin sürekliliği için de bir garanti niteliği taşıdığı ifade edilmektedir. Sadece kâr elde etmeyi hedefleyen işletmelerin sürdürülebilirlikleri uzun vadede pek kalıcı olmamaktadır. Dolayısıyla, işletmeler uzun vadede sürdürülebilirlik sağlamak için toplumun beklentilerine cevap vermelidirler (Aytar, 2019:325). Ayrıca, kurumsal sosyal sorumluluk bilincini işletme politikasıyla entegre edebilmek ve kamuoyunun güvenini kazanabilmekte uzun vadede sürdürülebilirliği sağlamak için önemlidir. Türkiye'deki işletmeler hem kendi iş faaliyetlerini hem de toplumu geliştirebilmek amacıyla güçlü bir çaba sarf etmektedirler. Ancak, işletmeler genellikle sosyal ve çevresel konuları içeren kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları gerçekleştirmekte ve insan hakları, çalışan hakları gibi konularda çok fazla çalışmada bulunmadıklarından dolayı bu alanların da geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Sert, 2012:33).

Küresel ölçekte yer alan bazı sorunlara karşı özel sektör kuruluşlarının sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorunların en yaygın olanları, yaşam şartlarında meydana gelen farklılaşma ve refah seviyelerindeki dengesizliklerdir. Dünya nüfusunda yaşamla mücadele etmeye çalışan insan sayısı oldukça fazladır. Ayrıca, dünya nüfusunun yarısından fazlasını genç nüfus oluşturmaktadır. Her ne kadar genç nüfus gelişmekte olan ülkeler için işgücü olarak görülse de, bu iş gücüne yeterli istihdamın sağlanamaması durumunda bu nüfus fazlalığı bir soruna dönüşmektedir. Özel sektör kuruluşlarının bu sorunlar karşısında yaşamlarını sürdürmeye çalışan insanlara destek olması gerekmektedir. Toplumun yaşam şartlarının iyileştirilmesi, refah seviyesinin yükseltilmesi, istihdamın sağlanması ve temel ihtiyaçlarının karşılanması özel sektör kuruluşlarının sorumluluklarıdır. Kuruluşların kâr elde etmesi ve devamlılıklarını sürdürülebilmeleri insana değer vermesiyle doğru orantılıdır (Çelik, 2009:11). Bu bağlamda, kuruluşların hümanist bir yaklaşım benimseyerek sosyal sorumluluklarını yerine getirmesi büyük önem taşımaktadır (Çelik, 2009:54).

2.5.2.Kamu Sektörü Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Günümüzde sadece işletmeler değil, kamu kurumları da kurumsal sosyal sorumluluk alanı içerisinde yer almaktadır. Kamu kurumları, toplumun sağlık sorunlarına karşı hizmette bulunmak, şiddete maruz kalanların korunmasını sağlamak, çevre ve doğanın korunmasına destek olmak, yoksulluk ve açlıkla mücadele etmekten toplumsal düzenin sağlanmasına kadar pek çok alanda önemli bir rol oynamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde toplumsal sorunlara karşı duyarlı davranan kamu kurumları ülke ekonomisinin gelişmesine de katkıda bulunmaktadır (Fidan ve Barıtcı, 2017:516).

Kamu kurum ve kuruluşları da kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri planlamakta ve yürütmektedirler. Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları çerçevesinde kamu kuruluşları konferans, seminer, hizmet içi eğitimler ve çalışanların aktif katılımlarının

sağlanması amacıyla çalışmalarda bulunarak çalışanları da KSS sürecine dâhil etmektedirler (Güngör, 2017:130; Süzen, 2017:268).

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının kamu alanında uygulanmasının zor olduğu ifade edilmektedir. Sebebi ise, gerçek anlamda kurumsal sosyal sorumluluğun uygulanması için benimsenmesi gerektiği düşüncesidir. Ancak, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının benimsenmesi ve gerekli şartların sağlanması sonucunda kamu sektörü açısından kurumsal sosyal sorumluluğun yararlı olacağı da bir gerçektir (Süzen, 2017:268).

2.5.3.Kamu ve Özel Sektör Ortaklığı Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kamu ve Özel Sektör Ortaklığı, ortak bir hedefe erişmek için iş bölümüne dayanarak yürütülen, çok sayıda sektörü bir araya getiren ve Özel Sektörle-Kamu Sektörü arasında kurulan ortaklık türü olarak açıklanmaktadır. Kamu ve özel sektör, bütün sorumlulukları birlikte paylaşarak bir anlaşma yaparlar ve kamu hizmetinin sağlanması için birlikte hareket ederler (Ucar ve Akman, 2019:526). Çoğunlukla, yüksek finansman ihtiyacı olan altyapı projelerinin yürütülmesi, yol, tünel, demiryolu, havaalanı, hastane, okul ve kamu yapılarının inşası ve işletimi gibi birçok uygulama alanları bulunmaktadır. Giderek artış gösteren toplumsal talepler Kamu-Özel Sektör Ortaklığını zorunlu kılmaya başlamıştır. Bu ortaklığı zorunlu kılan etkenler ise şunlardır (Kızmaz ve Ertürk, 2018:610);

- Nüfusun artmasıyla birlikte hizmet, altyapı ve bina gibi ihtiyaçların artması,
- Bazı yerel yönetim ve özel sektör girişimcilerinin yüksek finansman gerektiren projeleri tamamlamada sermaye yetersizliği yaşaması,
- Başarılı ortaklıkların kamu ve özel sektör girişimcilerini pozitif yönde etkilemesi,
- Risk ve maliyetlerin yasal ve hukuki kapsamda adaletli şekilde paylaşılması,
- Kamu sektörü ile fon piyasalarının çalışmasının kolaylaşması.

Kamu ve Özel Sektör Ortaklığını zorunlu kılan bütün bu kolaylıklarla birlikte ilerleyen süreçte bu ortaklıkların daha çok gelişeceği ve kendine çok farklı uygulama alanları bulacağı düşünülmektedir (Kızmaz ve Ertürk, 2018:610).

Özetle, Kamu ve Özel Sektör Ortaklığı, sosyal sorumluluk stratejileri çerçevesinde finansman yetersizliği gibi kamusal problemlerin çözümüne ilişkin, işletmelerin katkı sağlama girişimlerinin en üst seviyesi olarak açıklanmaktadır (Usta ve Bilgiç, 2016:254). Kamu ve Özel Sektör Ortaklığı çerçevesinde yapılan projelerde gerek kamu gerekse özel sektörün üstlerine düşen sorumluluklarını anlaşmada yer aldığı gibi yerine getirmeleri projelerinin başarılı olmasını sağlayacaktır (Ucar ve Akman, 2019:548).

2.5.4.Sivil Toplum Kuruluşları Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Sivil Toplum Kuruluşları, herhangi bir kâr amacı gütmeyen gönüllülük esasına dayanan ve gönüllü vatandaşlar tarafından yerel, ulusal ve uluslararası boyutta oluşturulan örgütler olarak ifade edilmektedir. İşçi sendikaları, dernekler, vakıflar, meslek odaları gibi kuruluşlar sivil toplum kuruluşları olarak adlandırılmaktadırlar (Demir, 2014:349).

Sivil toplum kuruluşları, işletmeleri sosyal sorumluluk anlayışı yönünde olumlu olarak etkileyen önemli kuruluşlardır. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişmesinde sivil toplum kuruluşlarının payı yüksektir. Kimi kurumsal işletmeler, sosyal sorumlulukla ilgili projeler ve kampanyalar planlayarak sivil toplum kuruluşları ile etkileşimde bulunarak toplumsal fayda sağlamaktadırlar. Karşılıklı olarak gerçekleşen bu etkileşim hem topluma, hem sivil toplum kuruluşlarına hem de işletmelere olumlu getiriler sunmaktadır (Bayraktar, 2014:35). Sivil toplum kuruluşları gönüllülük esasına dayalı olarak çalışan, toplumsal itibarı yüksek ve güven veren kuruluşlar olarak algılanmaktadırlar. Ayrıca, medya kuruluşlarının da sivil toplum kuruluşlarına karşı güven algıları yüksektir.

Sebebi ise, sivil toplum kuruluşlarına ulaşımın daha kolay olmasıdır. Bu bağlamda, işletmeler ve sivil toplum kuruluşlarının ortaklaşa kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti yürütmeleri daha etkin sonuçlar doğurmaktadır. İşletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gönüllülük esasına dayanan sorumlulukların ötesinde, işletme stratejilerinin birer parçası olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Bununla birlikte, alanının uzmanı olan sivil toplum kuruluşlarıyla stratejik ve sürdürülebilir kurumsal sosyal sorumluluk ortaklıklarının gelişmesi önem kazanmıştır (Toker, 2016:183).

İşletmelerin toplumsal sorunlara ve ihtiyaçlara karşı duyarlı olarak faaliyetlerini devam ettirmelerinde baskı unsuru olan sivil toplum kuruluşları, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplum tarafından benimsenmesi ve toplumsal güvenin kazanılması açısından da oldukça önemlidir. Ayrıca, çeşitli eğitim ve araştırmalar yürüten sivil toplum kuruluşları, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının uygulanması ve gelişiminde de gerekli olan unsurların başında yer almaktadır (Altınsoy, 2019:13).

2.6. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Destekleyen Kuruluşlar

Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk konusunda farkındalığın artırılması, toplumun KSS alanında bilgilendirilmesi amacıyla bazı örgütler oluşturulmuştur. Bu örgütlerin kimisi dernek şeklinde kimisi ise çevrimiçi olarak oluşturulmuş platformlar şeklindedir. Bu kuruluşlar aşağıda yer almaktadır (Ay, Kahraman ve Kacar, 2012:237).

- **Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği (TKSSD)**

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği (TKSSD), özel sektör, kamu sektörü, sivil toplum kuruluşları ve akademik camianın önde gelenleri tarafından gönüllülük esasına dayanarak 2005 yılında kurulmuştur. Derneğin amacı, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha geniş çerçevede tanıtılmasını sağlamak, kurum ve kuruluşlarda KSS

bilincinin gelişmesini sağlamak, bilimsel araştırmalar ve incelemeler yürütmektir. Kurumlara danışmanlık hizmeti vermek, konferans, panel, seminer, eğitim programları düzenlemek ve proje geliştirip yürütmek de amaçları arasında yer almaktadır. Ayrıca, Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk kavramının uluslararası standartlarda yaygınlaşması ve Türkiye’nin hayırseverlik temelinde yer alan vakıf, dernek ve ahilik kültürü bağlamında varlığını sürdüren sosyal sorumluluk bilincinin uluslararası ve yerel alanda tanıtılmasının sağlanması da derneğin amaçları arasındadır. Bu çerçevede Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, sürdürülebilir kalkınma, kurumsal yönetim ve kamu sektörü, özel sektör, sivil toplum işbirliklerini temel alan bir yaklaşım ile gönüllülük esasına dayanarak faaliyetlerini gerçekleştirmektedir (TKSSD, 2020). Derneğin görevi, işletmelerin sosyal, ekonomik ve çevresel sorunlara karşı yerine getirmesi gereken sorumlulukları için araç-gereç, kaynak ve metotların oluşturularak, toplumun kalkınma sürecine destek olmalarını sağlamaktır. Dernek, kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde, kurumsal sosyal sorumluluk bilincinin oluşturulması, KSS konusunda mevcut durum analizlerinin oluşturulması, strateji geliştirme ve KSS alanında davranış normları, çalışan hakları, insan hakları, KOBİ ve afet gibi konularda projeler gerçekleştirmektedir (TKSSD, 2020). Derneğin gerçekleştirdiği önemli çalışmalarından biri KSS Türkiye Endeksi’dir. Türkiye’nin sosyal, ekonomik ve çevresel koşulları göz önüne alınarak oluşturulmuş olan bu endeks, işletmelerin sosyo-ekonomik, çevresel, raporlama ve denetim gibi konularda performanslarını ölçmeyi ve geliştirmeyi amaçlayan bir endekstir. Ayrıca, kurumsal sosyal sorumluluğu bir iş stratejisi olarak benimseyen işletmelere, ekonomik, sosyal ve çevresel taahhütlerini açıklama olanağı da sunmaktadır. TKSSD tarafından 5 ana bölümden oluşan endeksin veri toplama şartları kurum ve kuruluşların sosyal, ekonomik ve çevresel faaliyetleri dikkate alınarak belirlenmektedir. Veriler hem işletmelerden hem de derneğin uzmanları tarafından çevrimiçi

araştırmalar yoluyla elde edilmektedir. Kriterlerin kendi içinde bir puanlaması yapılmakta ve daha sonra her işletme için tekrar puanlanma yapılarak genel bir endeks puanına ulaşılmaktadır. Bu hesaplamalar neticesinde işletmenin, KSS performansı belirlenmektedir (Ay, Kahraman ve Kacar, 2012: 238).

- **Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD)**

Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD), 2003 yılında ölkemizde kurumsal yönetim anlayışının tanınması ve gelişimi amacıyla gönüllü bir sivil toplum kuruluşu tarafından kurulmuştur. TKYD, hesap verilebilirlik, adillik, Şeffaflık ve sorumluluk ilkeleri çerçevesinde kurumsal yönetim anlayışının bütün alanlarda bir rehber niteliği taşıması amacıyla hareket etmektedir. TKYD, kamu kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, özel sektör kuruluşları, medya ve akademik camia arasında etkili bir iletişim ağı kurarak kurumsal yönetim çalışmalarının gelişimini amaçlamaktadır (TKYD, 2020). Kurumsal yönetim, işletmelerin, hak sahiplerinin ve kamuoyunun çıkarlarının korunması, mali ve insan kaynaklarının işletmeye çekilmesi, verimli çalışma ile hissedarlar için uzun vadede ekonomik kazanımların yaratılması sonucu istikrarı olanaklı hale getiren kanun, yönetmenlik ve gönüllü olarak gerçekleştirilen özel sektör uygulamalarının bileşenidir (TKYD, 2020).

- **Türkiye Etik Değerler Merkezi (EDMER)**

Türkiye’de etik anlayışı bilincinin oluşturulması, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasını sağlamak amacıyla gençlerin etik ve iş ahlakı konularında bilgi, deneyim, kavrayış, değerlendirme, karar verme ve doğru davranış becerilerinin geliştirilmesi için çeşitli faaliyet ve çalışmaları yürütmek amacıyla kurulmuştur. EDMER tarafından başlıca sürdürölen çalışma konuları şunlardır (EDMER, 2020):

- Faaliyetlerin etkinleştirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla araştırmalar yapmak,
- Seminer, konferans, kurs gibi eğitim çalışmaları yapmak,
- Amacın gerçekleştirilmesi amacıyla sağlıklı bir çalışma ortamı sunmak ve gerekli olan araç-gereçlerin teminini sağlamak,
- Yurtiçi ve yurtdışından bağışların kabul edilmesi (gerekli izinlerin alınması koşuluyla),
- Yurtdışındaki dernek ve kuruluşlara üye olarak bu kuruluşlarla işbirliği yaparak projeler geliştirmek,
- Derneğin amacı çerçevesinde, dernek, vakıf, sendika gibi sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliği yaparak ortak amacın gerçekleştirilmesi için platformlar oluşturulması.

EDMER, etik değerler ve iş ahlakı konusunda bilincin oluşturulması ve farkındalığın sağlanması amacıyla, çeşitli eğitim ve iletişim faaliyetleri düzenlemekte ve yürütmektedir (EDMER, 2020).

- **Türkiye'nin KSS Projeleri Platformu (www.kurumsalsosyal.com)**

Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk alanında en önemli elektronik paylaşım platformu olarak ifade edilmektedir. Türkiye'nin KSS Projeleri Platformu (kurumsalsosyal.com), kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkında bilgi almak, konuyla ilgili Türkiye'deki gelişmelerden haberdar olmak isteyen bütün kişi ve kurumların yararlanabileceği geniş bir bilgi platformudur. Site içerisinde kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ile ilgili bilgiler, raporlar, haberler, sohbetler, konu ile ilgili kitap adları ve sivil toplum kuruluşlarının listesi yer almaktadır (Ay, Kahraman ve Kacar, 2012: 238).

- **Türkiye Sosyal Sorumluluk Portalı (www.sosyalsorumluluk.org)**

Türkiye Sosyal Sorumluluk Portalı (sosyalsorumluluk.org) sitesi Türkiye’de gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projelerinin tanıtılması ve daha fazla kişiye erişerek bilinirliğinin artırılmasını, çalışma yürüten bireyin ve kuruluşların emeklerini teşvik ederek daha fazla projelerin yürütülmesini sağlamak amacıyla kurulmuş olan bir internet girişimidir. Site içerisinde, kültür, kadın, çevre, engelli bireyler, hayvanlar, sağlık ve daha birçok konuda projeler yer almakta ve tanıtılmaktadır (Türkiye Sosyal Sorumluluk Portalı, 2020).

2.7. Literatür Taraması

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmeler üzerinde nasıl farklılaştığı veya uyum gösterdiğine dair çok sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada yer alan işletme grupları ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ilişkili olan bazı araştırmalar şunlardır:

- Pusak (2014) çalışmasında, İSO 500’e göre 2012 yılının en büyük 200 şirketinin internet ortamında taranması ile 14 şirketten elde edilen 14 adet KSS veya sürdürülebilirlik başlıklı raporları içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Şirketlerin raporlarında çevre, sağlık, güvenlik, eğitim, kültür, sanat, spor ve paydaşlarla ilgili seçilen alt kategorilere birbirinden çok farklı düzeylerde yer verdikleri görülmüştür. Her kategorinin şirketler arasındaki düzeyinin birbirinden çok farklı olduğu, dolayısıyla her şirketin aynı KSS uygulamasını birbirinden çok farklı düzeyde gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir. Ayrıca, şirketlerin raporlarındaki toplam içerik düzeyleri birbirleriyle karşılaştırıldığında, şirketlerin KSS uygulamaları toplamında da farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

- Soysal (2019) çalışmasında, 2017 yılına ait verilerden yola çıkarak İSO 500 listesindeki şirketler arasından, toplam satış miktarı İSO 500'ün yaklaşık onda sekizine denk gelen ilk 250 şirketi seçerek bu şirketlerin KSS faaliyetlerini içeren sürdürülebilirlik raporlarını incelemiştir. KSS raporlarının çevrimiçi ortamda araştırılması sonucu 17 şirketin sürdürülebilirlik raporları yayınladığı tespit edilmiştir. Raporlar içerik analizi ve tanımlayıcı istatistiksel çözümlene yöntemleriyle incelenmiştir. Şirketlerin KSS raporlarında, kategorilere birbirlerinden farklı düzeyde yer verdikleri ve bu konuda bir miktar farklı düşündükleri ortaya konulmuştur. Diğer bir değişle, farklı alanları farklı düzeylerde önemli gördükleri tespit edilmiştir. Kimi şirketlerin, çevre konusuna daha fazla önem verdikleri görülürken, kimi şirketlerin çevre kategorisi altında çevre, enerji, atık ve emisyon alt kategorilerine daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir. Yine kimi şirketler, sağlık ve güvenlik konularına önem verirken, kimi şirketlerin de eğitim, kültür, sanat gibi konulara daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir. Önem düzeyinin şirketlere göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.
- De Jong ve Van Der Meer (2017) yaptıkları çalışmada, KSS faaliyetleri ile şirketlerin faaliyet alanları arasındaki uyumu araştırmışlardır. Hollanda hükümetinin Şeffaflık Benchmark'ının 2011 baskısında yer alan şirketleri araştırmaya dâhil etmişlerdir. Şirketlerin 2011 yılındaki yıllık raporları ve KSS raporları içerik analiziyle incelenmiştir. Çalışma sonucunda, şirketler ve KSS faaliyetleri arasında uyumun olduğu tespit edilmiştir.
- Aytar (2019) yaptığı çalışmasında BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. BİST Sürdürülebilirlik Endeksi içindeki işletmelerin KSS faaliyetlerinde hangi konulara daha fazla ağırlık verdikleri, bu çalışmaların ne yönde gelişim gösterdiği

ve KSS faaliyetlerinin endeks içinde sektörel açıdan farklılık taşıyıp taşımadığını belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada BİST 50 Endeksine ek olarak Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan ve değerlemeye alınmak üzere bildirimde bulunan gönüllü şirketlerle birlikte toplamda 71 şirket incelemeye alınmıştır. Çalışmada, Sürdürülebilirlik Endeksi içinde yer alan şirketlerin KSS faaliyetleri eğilimlerinin işletme ve sektör grupları açısından farklılıklar taşıdığı tespit edilmiştir. BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan işletmelerin KSS çalışmaları kapsamında ağırlıklı olarak sosyal ve kültürel faaliyetler boyutuna yer verdikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca, kurumsal yönetim açısından Türkiye'nin önde gelen şirketlerinin sosyal sorumluluk kapsamında çevresel duyarlılık ve eğitim gibi faaliyetlere odaklandıkları gözlemlenmiştir. Şirketlerin yüksek çevre duyarlılığı çerçevesinde özellikle ağaçlandırma çalışmalarına önem verdikleri de tespit edilmiştir. BİST Sürdürülebilirlik Endeksindeki şirketlerin enerji ve toplum sağlığı boyutlarını ise somut projelerle yeterince desteklemedikleri sonucuna da ulaşılmıştır.

- Süklüm ve Hiçyorulmaz (2019) yaptıkları çalışmada, BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan 63 işletmenin, sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk ve çevre faaliyetlerini incelemişlerdir. Ayrıca, işletmelerin sosyal sorumluluk açısından çevresel duyarlılıklarının seviyelerini tespit etmeye çalışmışlardır. Çalışmada, BİST Sürdürülebilirlik Endeksi 2017 yılı değerlemeye tabi tutulmuş ve şirketler listesinde yer alan 63 işletmenin finansal tabloları ve faaliyet raporları incelenmiştir. Araştırma yöntemi olarak içerik analizi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, işletmelerin çevre muhasebesi uygulamadıkları, finansal raporlarında ve sürdürülebilirlik raporlarında çevre ile ilgili sayısal bilgilerden ziyade genel bilgilerin bulunduğu tespit edilmiştir.
- Demirel (2018) çalışmasında, Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşu arasından büyüklük sırasına göre seçtiği 200 şirketin kurumsal internet (web) sitelerinin

taranmasıyla 29 adet sosyal sorumluluk raporunu içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Türkiye’de az sayıda işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayınladığını tespit etmiş ve işletmelerin KSS raporlarında kültür, sanat, spor konusundaki uygulamalara daha az yer verdiklerini, çevre ile ilgili konulara ise daha çok yer verdiklerini tespit etmiştir.

- Tarcan vd. (2016) yapmış oldukları araştırmada, Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk uygulamaları incelenmiştir. Türkiye’de faaliyet gösteren 28 uluslararası zincir otelin yapmış oldukları sosyal sorumluluk faaliyetleri incelenmiş ancak 13 adedi değerlendirmeye alınmamıştır. İşletmelerin resmi internet sitelerinde ve sosyal medya hesaplarında yer alan sosyal sorumluluk faaliyetleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda, otel işletmelerinin yaygın olarak yer verdikleri sosyal sorumluluk uygulamalarının çevre, afet, yoksulluk, eğitim, yerel konular ve sağlık konuları olduğu tespit edilmiştir. Yine araştırma bulgularına göre, işletmelerin en az yer verdikleri sosyal sorumluluk uygulamalarının ise kültür konusundaki uygulamalar olduğu gözlemlenmiştir.
- Yıldırım (2013) çalışmasında, 2011 ve 2012 yıllarında BİST 30 Endeksinde yer alan 6 üretim işletmesinin finansal tabloları ve Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporlarında, kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında vermiş oldukları bilgileri incelemiştir. İşletmelerin finansal tabloları oran analizi yöntemiyle, Kurumsal Yönetim Uyum Raporları ise içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda, toplumun KSS açıklamalarına genel olarak duyarlı oldukları tespit edilmiştir. 2011 yılında Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporunda sırasıyla en çok çalışan, ürün, tüketici, çevre ve toplum konularına değinildiği, 2012 yılında ise 2011 yılına benzer şekilde en çok çalışan ile ilgili en az toplum ile ilgili bilgiler verdikleri gözlemlenmiştir.

İşletmelerin 2011 yılında verdikleri bilgilerin en çoktan en aza doğru sıralanışının, 2012 yılında da değişmemiş olduğu ve konulara göre yapılan açıklamalarda da önemli bir değişik olmadığı tespit edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİST ŞİRKETLERİNİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİ: BİST 30, BİST 50, BİST 100 ENDEKSLERİ ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR İÇERİK ANALİZİ

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını inceleyerek, önceden belirlenen temalar kapsamında endeksler arasında karşılaştırmalı bir içerik analizinin yapılarak tespit edilen anlamlı sonuçların paylaşılmasıdır. Araştırmada, BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin sektör açısından kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında hangi temalara yoğunlaştıkları da ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Literatürde yapılan incelemeler sonucunda BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri üzerine kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının sınırlı sayıda olduğunun görülmesi ve bu endeksler üzerine karşılaştırmalı bir içerik analizinin yapılmamış olması ise çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

3.2.Araştırmanın Kapsamı

Araştırmada BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan bu işletmelerin seçilmesinin nedeni, Türkiye’de en yüksek borsa işlem hacmine ve piyasa değerine sahip olan işletme özelliği taşımalarıdır. BİST 30 Endeksinde, piyasa değeri ve işlem hacmi en yüksek 30 işletmenin hisse senedi yer almaktadır. Aynı şekilde, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde de piyasa değeri ve işlem hacmi en yüksek olan 50 ve 100

işletmenin hisse senetleri bulunmaktadır. BİST Endekslerinde yer alan işletmeler, Borsa İstanbul'da işlem gören piyasa ve işlem açısından en yüksek işletmeler olduklarından dolayı bu endekslerde yer alan işletmelerin sürdürülebilirlik raporları ve işletmelerin kurumsal internet (web) sitelerinde yer alan kurumsal sosyal sorumluluk adı altında yer alan faaliyetleri araştırmaya dâhil edilmiştir. BİST Endeksinde yer alan işletmelerden 2018-2019 yılına ait sürdürülebilirlik raporu bulunmayan yahut kurumsal internet (web) sitesinde 2018-2019 yılına ait olan kurumsal sosyal sorumluluk adı altında uygulamaları bulunmayan işletmeler araştırma kapsamına alınmamıştır. BİST 100 Endeksinde bulunan işletmeler BİST 30 ve BİST 50 Endeksinde yer alan işletmeleri de bünyelerinde barındırmaktadırlar. Bundan dolayı toplamda 100 işletme içerisinde 23 işletmenin 2018-2019 yılına ait kurumsal internet (web) sitesinde sürdürülebilirlik raporunun bulunmaması yahut 2018-2019 yılına ait kurumsal internet (web) sitesinde kurumsal sosyal sorumluluk adı altında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bulunmadığından dolayı 23 işletme araştırma kapsamına alınmamıştır. Bu 23 işletme içerisinde BİST 50 Endeksinde yer alan 8 işletme ve BİST 30 Endeksinde yer alan 4 işletme de yer almaktadır. Toplamda 77 işletmenin raporları ve uygulamaları analize tabi tutulmuştur.

İşletmelerin sürdürülebilirlik raporları ve kurumsal internet (web) sitesinde yer alan kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına işletmelerin internet (web) siteleri üzerinden ulaşıldığından, internet kullanımının yaygınlaşması ve işletmelerin rapor yayınlama düzeylerinin son yıllarda artmasından, ayrıca işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin günceli yansıtmaları gerektiğinin düşünülmesinden dolayı araştırma 2018-2019 yıllarını kapsamaktadır. Çalışma kapsamında, BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal internet (web) siteleri ve sürdürülebilirlik raporları taranarak nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizine tabi

tutulmuştur. İşletmelerin faaliyet raporu adı altında yayınlanan raporları ise kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili bilgiler içerse de kapsam dışında bırakılmıştır.

3.3.Araştırmanın Kısıtları

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri işletmelerin buldukları çevreye entegrasyonu ve paydaşları tarafından kabul görmelerinde stratejik öneme sahip bir çalışma alanıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yürütülen çalışmaların bazı işletmeler tarafından öneminin kavranamaması ve göz ardı edilmesi, KSS çalışmalarına yönelik araştırmaların veri temininde zorluklar yaşanmasına yol açmaktadır. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki faaliyetlerini paylaşmak istememeleri, gerçekleştirdikleri uygulamalarını ve sonuçlarını rapor halinde paylaşmamaları, düzenli olarak rapor yayınlamamaları ve buna bağlı olarak yaşanan kaynak eksikliği çalışmanın en büyük kısıtını oluşturmaktadır.

Bununla birlikte pazarlama fonksiyonu içerisinde yer alan reklam kampanyaları da KSS çalışmalarıyla karıştırılmaktadır. KSS çalışmalarının her ne kadar pazar payı ve işletme gelirlerini artırıcı etkisi bulursa da toplumsal ihtiyaçların birincil amaç olarak görülmesi ve bu doğrultuda faaliyetlere önem verilmesi gerekmektedir. İşletmeler açısından pazarlama ve halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında tanıtım, sponsorluk ve reklam faaliyetlerinin de kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları kapsamında sayılması araştırmacılar açısından zaman alıcı tasnif çalışmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu kapsamda hangi faaliyet ve çalışma türünün kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti içerisinde tanımlanması çabası araştırmanın önemli kısıtı arasında sayılmaktadır.

3.4.Araştırmanın Yöntemi

İşletmelerin kurumsal internet (web) siteleri üzerinden yayınlamış oldukları sürdürülebilirlik raporları ya da kurumsal sosyal sorumluluk adı altında yayınlamış oldukları uygulamaları incelenerek elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur.

İçerik Analizi, yazılı veya sözlü bir metni analiz ederek rakamlara dönüştürme ve bu rakamlar üzerinden yorumlayarak tekrardan söze dönüştürme olarak ifade edilmektedir. İçerik analizi, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek bunları okuyucunun anlayabileceği bir şekilde düzenlemek ve yayımlamak esasına dayanmaktadır (Demirel, 2018:73). Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi, söylemin görünen, kolayca kendini gösteren ve ilk bakışta algılanan içeriğinin tam aksine içeriğin gizli ve üstü örtülü olan tarafını ortaya çıkarmayı amaçlayan bir analizdir (Bilgin, 2014:1). İçerik analizi, çeşitli raporların ve açıklamaların içeriğinin objektif ve sistematik olarak analiz edilmesinde kullanılan uygun bir teknik olarak ifade edilmektedir (Pusak, 2014:53).

Tablo 6: İçerik Analizinin Aşamaları

İÇERİK ANALİZİNİN ASAMALARI
Araştırma yapısı ve sorularını oluşturma
Belgenin kaynağını tanımlama
Analiz birimi ve örnekleme belirtme
Kodlama çerçevesini belirleme
Verileri Analiz Etme

Kaynak: Harris, 2001:194; Chun, 2019:61; Aytar, 2019:327'den Uyarlanmıştır.

Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğini arttırmak amacıyla Tablo 6’da yer alan içerik analizinin aşamaları takip edilmiştir.

3.4.1.Araştırma Yapısı ve Soruları

Çalışmanın kapsamını Nisan-Haziran 2020 döneminde BİST 100 Endeksinde yer alan işletmeler oluşturmaktadır. BİST 100 içerisinde yer alan işletmelerin BİST 30 ve BİST 50 gibi daha özel endekslerde bulunması nedeniyle, bu endeksler arasında KSS yoğunlaşma karşılaştırmalarının yapılmasını mümkün kılmaktadır. Çalışmanın amaçları çerçevesinde aşağıda yer alan sorulara cevap bulunmaya çalışılmıştır.

1. BİST 100 Endeksi içerisinde yer alan işletmelerin KSS faaliyetleri hangi faaliyet türleri üzerine yoğunlaşmaktadır? Önceden belirlenen temalar açısından sektör bazında nasıl bir dağılım gerçekleşmektedir?
2. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinin belirlenen temalar açısından yoğunlaştıkları KSS faaliyetleri arasında fark bulunmakta mıdır?
3. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör açısından yoğunlaştıkları KSS faaliyetleri ve temaları arasında fark bulunmakta mıdır?

3.4.2.Belgenin Kaynağını Tanımlama ve Örneklemi Belirtme

Bu çalışmada, BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri işletmelerin kurumsal internet (web) sitelerinde KSS uygulamaları adı altında paylaşılan uygulamaları ve sürdürülebilirlik raporları işletmelerin kurumsal internet (web) siteleri üzerinden taranarak nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırmanın kapsamını, Nisan-Haziran 2020 dönemine ait BİST 100 Endeksinde yer alan işletmeler oluşturmaktadır. Araştırmada tam sayım yöntemi kullanılmıştır. BİST endekslerinde yer alan işletmelerin listesine KAP

(Kamuyu Aydınlatma Platformu)’ın resmi internet (web) sayfasından ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin seçilmesinin nedeni, Türkiye’de en yüksek borsa işlem hacmine ve piyasa değerine sahip olan işletme özelliği taşımalarıdır. Dolayısıyla bu işletmelerin KSS faaliyetlerine kurumsal internet (web) sitelerinde yer verdikleri ve sürdürülebilirlik raporlarını düzenli aralıklarla yayınladıkları düşünülmektedir. Bu kapsamda Tablo 7, 8 ve 9 içinde yer alan işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri taranmıştır.

Tablo 7: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Listesi(Nisan-Haziran 2020)

No	İşletme	No	İşletme
1	AG ANADOLU GRUBU	51	KAREL ELEKTRONİK
2	AKBANK	52	KARSAN OTO
3	AKÇANSA ÇİMENTO	53	KARTONSAN
4	AKSA AKRİLİK KİMYA	54	KEREVİTAŞ GIDA
5	AKSA ENERJİ	55	KLİMASAN
6	AKSİGORTA	56	KOÇ HOLDİNG
7	ALARKO GAYRİMENKUL Y.	57	KORDSA TEKSTİL
8	ALARKO HOLDİNG	58	KOZA ALTIN
9	ALBARAKA	59	KOZA ANADOLU METAL M.
10	ALKİM	60	LOGO YAZILIM
11	ANADOLU CAM	61	MAVİ GİYİM
12	ANADOLU EFES	62	MİGROS TİCARET
13	ANADOLU HAYAT	63	MLP SAĞLIK
14	ARÇELİK	64	NET HOLDİNG
15	ASELSAN	65	NETAŞ TELEKOM.
16	AYGAZ	66	ODAŞ ELEKTRİK
17	BİM BİRLEŞİK M.	67	OTOKAR
18	BİZİM TOPTAN	68	ÖZAK GAYRİMENKUL Y.O.
19	BORUSAN	69	PEGASUS
20	BRİSA	70	PETKİM
21	BURSA ÇİMENTO	71	REYSAŞ GAYRİMENKUL

22	COCA COLA	72	SARKUYSAN BAKIR
23	ÇELEBİ HAVA S.	73	SASA POLYESTER
24	ÇEMTAŞ Ç.	74	SELÇUK ECZA DEPOSU
25	ÇİMSA	75	SODA SANAYİİ
26	DEVA HOLDİNG	76	ŞEKERBANK
27	DOĞAN HOLDİNG	77	ŞOK MARKET
28	DOĞUŞ OTO	78	TAT GIDA
29	ECZACIBAŞI HOLDİNG	79	TAV
30	EGE ENDÜSTRİ VE TİC.	80	TEKFEN
31	EİS ECZACIBAŞI İLAÇ	81	TOFAŞ OTO.
32	EMLAK KONUT	82	TORUNLAR GAYRİMENKUL
33	ENERJİSA	83	TRAKYA CAM
34	ENKA İNŞAAT	84	TURKCELL
35	EREGLİ DEMİR Ç.	85	TÜMOSAN MOT. TRAK.
36	FORD OTOSAN	86	TÜPRAŞ
37	GLOBAL YATIRIM	87	TÜRK HAVA YOLLARI
38	GOODYEAR	88	TÜRK TELEKOM.
39	GÖZDE GİRİŞİM S.	89	TÜRK TRAKTÖR
40	GÜBRE FAB.	90	TÜRKİYE GARANTİ BANKASI
41	GÜNEŞ SİGORTA	91	TÜRKİYE HALKBANK.
42	HACI ÖMER SABANCI H.	92	TÜRKİYE İŞ BANKASI
43	HALK GAYRİMENKUL Y.	93	T.S.K.B.
44	HEKTAŞ	94	TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM
45	İPEK DOĞAL ENERJİ K.	95	TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI
46	İSKENDERUN DEMİR Ç.	96	ÜLKER BİSKÜVİ
47	İŞ FİNANSAL KİRALAMA	97	VESTEL
48	İŞ GAYRİMENKUL Y.O.	98	YAPI VE KREDİ
49	İŞ YATIRIM MENKUL D.	99	YATAŞ YATAK
50	KARDEMİR KARABÜK D.	100	ZORLU ENERJİ

Kaynak: (KAP, 2020)

Tablo 8: BİST 50 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Listesi (Nisan-Haziran 2020)

No	İşletme	No	İşletme
1	AG ANADOLU GRUBU	26	MİGROS TİCARET
2	AKBANK	27	ODAŞ ELEKTRİK
3	ALARKO HOLDİNG	28	PEGASUS
4	ANADOLU CAM	29	PETKİM
5	ANADOLU EFES	30	SASA POLYESTER
6	ARÇELİK	31	SODA SANAYİİ
7	ASELSAN ELEKTRONİK	32	ŞEKERBANK
8	BİM BİRLEŞİK MAGAZALARI	33	TAV
9	COCO COLA	34	TEKFEN HOLDİNG
10	DOĞAN HOLDİNG	35	TOFAŞ OTO.
11	EMLAK KONUT	36	TRAKYA CAM
12	ENERJİSA	37	TURKCELL
13	ENKA İNŞAAT	38	TÜPRAŞ
14	EREGLİ DEMİR Ç.	39	TÜRK HAVA YOLLARI
15	FORD OTOSAN	40	TÜRK TELEKOM.
16	GÜBRE FAB.	41	TÜRKİYE GARANTİ BANKASI
17	HACI ÖMER SABANCI H.	42	TÜRKİYE HALKBANK.
18	HEKTAŞ	43	TÜRKİYE İŞ BANKASI
19	İPEK DOĞAL ENERJİ K.	44	T.S.K.B.
20	İŞ FİNANSAL KİRALAMA	45	TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM
21	KARDEMİR KARABÜK D.	46	TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI
22	KOÇ HOLDİNG	47	ÜLKER BİSKÜVİ
23	KORDSA TEKSTİL	48	VESTEL ELEKTRONİK
24	KOZA ALTIN	49	YAPI VE KREDİ
25	KOZA ANADOLU METAL M.	50	YATAŞ YATAK

Kaynak: (KAP, 2020)

Tablo 9: BİST 30 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Listesi (Nisan-Haziran 2020)

No	İşletme	No	İşletme
1	AKBANK	16	TAV
2	ARÇELİK	17	TEKFEN HOLDİNG
3	ASELSAN ELEKTRONİK	18	TOFAŞ OTO.
4	BİM BİRLEŞİK MAGAZALARI	19	TRAKYA CAM
5	DOĞAN HOLDİNG	20	TURKCELL
6	EMLAK KONUT	21	TÜPRAŞ
7	EREGLİ DEMİR Ç.	22	TÜRK HAVA YOLLARI
8	HACI ÖMER SABANCI H.	23	TÜRK TELEKOM.
9	KARDEMİR KARABÜK D.	24	TÜRKİYE GARANTİ BANKASI
10	KOÇ HOLDİNG	25	TÜRKİYE HALKBANK.
11	KOZA ALTIN	26	TÜRKİYE İŞ BANKASI
12	KOZA ANADOLU METAL M.	27	T.S.K.B.
13	PEGASUS	28	TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM
14	PETKİM	29	TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI
15	SODA SANAYİİ	30	YAPI VE KREDİ

Kaynak: (KAP, 2020)

3.4.3.Kodlama Çerçevesini Belirleme

Bu çalışmada kodlama çerçevesinin belirlenmesinde BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin sürdürülebilirlik raporları referans olarak kabul edilmiştir. Bu konuda Aytar, (2019) tarafından daha önce yapılmış benzer bir araştırma göz önünde bulundurularak sosyal ve kültürel, çevre, eğitim, toplum sağlığı ve enerji verimliliği çalışmanın ana kategorileri olarak belirlenmiştir. Bu ana kategorilerle birlikte KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategoriler de tespit edilmiştir. Belirlenen alt kategoriler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri adı altında kodlanmıştır. Çalışma çerçevesinde yapılan kodlamalar Microsoft Excel dosyasında oluşturulan bir kodlama formuna kayıt edilmiştir. Çalışmada BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin

kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Tablo 10 içinde yer alan ana kategoriler ve bu ana kategorilerin alt kategorileri içeriği açısından tanımlanmıştır.

Tablo 10: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Kodlama Tablosu

FAALİYET İÇERİĞİ KODLAMASI (1)	KSS FAALİYET TÜRÜ KODLAMASI (2)
<p>(a1) Görsel, İşitsel ve Dramatik Sanatların Gelişimi ve Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;</p> <p>(a2) Turizm ve Tarım Gibi Sektörel Alanların Gelişimi ve Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;</p> <p>(a3) Çocuk, Aile ve Cinsiyet Eşitliğine Odaklanan Sosyal Projelerin Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;</p> <p>(a4) Sosyal ve Kültürel Faaliyetler Kapsamında Değerlendirilen Burs, Bağış ve Destekler;</p> <p>(a5) Bireylerin Sportif Etkinliklerle Sosyal Gelişimine Yönelik Faaliyetler;</p> <p>(a6) Bireylerin Daha Güvenli Yaşam İmkânlarına Yönelik Faaliyetler;</p> <p>(a7) Dezavantajlı Grupların Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;</p> <p>(a8) Kültürel Mirasın Korunmasına Yönelik Faaliyetler</p>	<p>Ana Tema: Sosyal ve Kültürel Faaliyetler</p> <p>Alt Tema: (A)= (a1, a2, a3, a4, a5, a6, a7, a8)</p>
<p>(b1) Ağaçlandırma Faaliyetleri;</p> <p>(b2) Doğa, Çevre ve Biyoçeşitliliğin Korunması Faaliyetleri;</p> <p>(b3) Karbon İzi Azaltma Faaliyetleri;</p> <p>(b4) Yaban ve Sokak Hayvanlarına Yönelik Faaliyetler</p>	<p>Ana Tema: Çevresel Faaliyetler</p> <p>Alt Tema: (B)= (b1, b2, b3,b4)</p>

<p>(c1) Öğrencilerin Bilgi ve Yeteneklerinin Gelişmesine Yönelik Eğitim Odaklı Faaliyetler;</p> <p>(c2) Bilimsel Çabaların Desteklenmesine Yönelik Faaliyetler;</p> <p>(c3) Okuma Alışkanlığı ve Kitap Ulaşılabilirliğini Artırmaya Yönelik Faaliyetler;</p> <p>(c4) Aile, Öğretmen ve Öğrenci Odaklı Eğitim Faaliyetleri;</p> <p>(c5) Diğer Eğitim Faaliyetleri;</p> <p>(c6) Eğitim Kapsamında Değerlendirilen Burslar, Bağış ve Destekler</p>	<p>Ana Tema: Eğitim Odaklı Faaliyetler</p> <p>Alt Tema: (C)= (c1, c2, c3, c4, c5, c6)</p>
<p>(d1) Genel Olarak Toplum Sağlığını İyileştirmeyi Amaçlayan Faaliyetler;</p> <p>(d2) Dezavantajlı Grupların Rehabilite Edilmesine Yönelik Faaliyetler</p>	<p>Ana Tema: Toplum Sağlığı Faaliyetleri</p> <p>Alt Tema: (D)= (d1, d2)</p>
<p>(e1) Enerji Verimliliğini Artırmaya Yönelik Faaliyetler;</p> <p>(e2) Temiz Enerji Bilincinin Oluşturulmasına Yönelik Faaliyetler</p>	<p>Ana Tema: Enerji Verimliliği</p> <p>Alt Tema: (E)= (e1, e2)</p>

Kaynak: Aytar, 2019:330'dan Genişletilmiştir.

3.4.4.Verilerin Analiz Edilmesi ve Bulgular

Bu çalışma kapsamında BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin kurumsal web siteleri ve basında yer alan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle işletmelerin sürdürülebilirlik raporları ayrıntılı bir analize tabi tutulmuştur. İşletmelerin gerçekleştirdikleri bu faaliyetler işletmelerin sürekliliğinin devam etmesi ve işletmelerin paydaşları tarafından benimsenerek desteklenmesine yardımcı olmaktadır. Aşağıda yer alan tablolarda BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan ve verilerine ulaşılabilen işletmelerin 2018-2019 dönemlerine ait kurumsal sosyal sorumluluk

faaliyetleri kapsamında yürütmüş oldukları projelerin, vermiş oldukları desteklerin, yapmış oldukları çalışmaların ana kategorilere ve alt kategorilere göre dağılımları yapılmıştır. İşletmelerin KSS faaliyetleri Tablo 11’de paylaşılmıştır.

Tablo 11: BİST 100 Endeksindeki İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tablosu

İŞLETMELER		Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Eğitim Odaklı Faaliyetler	Toplum Sağlığı Faaliyetleri	Enerji Verimliliği Faaliyetleri
1	AG ANADOLU GRUBU	a3, a5	b2	c5	d1	e1
2	AKBANK	a1		c5		
3	AKÇANSA ÇİMENTO		b2	c1, c5		
4	AKSA AKRİLİK KİMYA	a1	b4	c5	d2	
5	AKSA ENERJİ		b2	c5		e1
6	AKSİGORTA			c5		
7	ALARKO HOLDİNG			c6		
8	ALBARAKA	a7, a8	b1	c1, c3, c5, c6	d1, d2	
9	ALKİM AL. KİM.			c6		
10	ANADOLU CAM	a8	b1, b2			
11	ANADOLU EFES	a1, a2, a5	b2	c5		
12	ANADOLU HAYAT	a1	b3			
13	ARÇELİK	a3	b1	c1, c5, c4, c6		
14	ASELSAN			c5		
15	AYGAZ	a1, a8	b1, b2	c1	d1	
16	BİZİM TOPTAN SATIŞ MAG.	a4				
17	BORUSAN MANNESMANN	a1, a3	b4	c3, c6	d2	
18	BRİSA	a1, a2, a5	b1, b2	c5, c6	d1	
19	BURSA ÇİMENTO	a4				
20	COCO COLA	a3, a4, a5	b1, b2			
21	ÇİMSA ÇİMENTO	a4	b1, b2, b4	c1, c3,	d1, d2	

22	DEVA HOLDİNG	a1			d1	
23	DOĞAN HOLDİNG	a3, a8				
24	DOĞUŞ OTOMOTİV	a4, a6	b1	c5		
25	ECZACIBAŞI HOLDİNG	a1, a4, a5	b1, b3	c1, c2, c5, c6	d1	e1
26	EMLAK KONUT	a8				
27	ENERJİSA	a7	b2	c4, c5		e1
28	ENKA İNŞAAT	a4, a7	b1, b2	c5	d2	
29	EREGLİ DEMİR Ç.	a1, a4, a8	b1, b2	c5		e1
30	FORD OTOSAN	a3, a4	b2, b4	c5, c6	d1, d2	
31	GLOBAL YATIRIM		b2		d2	
32	GOODYEAR	a1	b2	c6		
33	GÜBRE FAB.	a2		c3, c5, c6		
34	GÜNEŞ SİGORTA	a1, a7	b1, b2		d2	
35	HACI ÖMER SABANCI H.	a1, a7		c1, c6		
36	HEKTAŞ	a2				
37	İSKENDERUN DEMİR Ç.	a1	b1	c3, c5, c6		e1
38	İŞ GAYRİMENKUL Y.O.			c1		
39	İŞ YATIRIM MENKUL D.			c5		
40	KARDEMİR KARABÜK D.	a1, a4		c5	d1	
41	KAREL ELEKTRONİK	a3				
42	KARTONSAN		b2	c5		
43	KEREVİTAŞ GIDA		b2			
44	KOÇ HOLDİNG	a1, a3, a4, a5, a8	b1, b2	c5, c6	d1	
45	KORDSA TEKSTİL	a6		c5		
46	LOGO YAZILIM	a1, a5	b1	c6		
47	MAVİ GİYİM	a4	b1, b2	c6		
48	MİGROS TİCARET	a1, a4, a5	b1, b2, b4	c5	d1	
49	MLP SAĞLIK				d1	

50	NETAŞ TELEKOM			c2, c5	d2	
51	ODAŞ ELEKTRİK		b1			
52	OTOKAR	a3, a4	b4			
53	PEGASUS	a4				
54	PETKİM	a5, a7				
55	SAR KUYSAN BAKIR	a1		c6	d1	
56	SELÇUK ECZA DEPOSU	a4				
57	SODA SANAYİİ		b1, b2			
58	ŞEKERBANK	a1		c4		
59	TAT GIDA	a2				
60	TEKFEN HOLDİNG	a1, a2, a6	b1, b2	c5, c6	d2	
61	TOFAŞ OTO.	a1, a4, a5, a7, a8		c5	d2	
62	TRAKYA CAM		b1	c5		
63	TURKCELL	a5, a7	b1, b2	c1, c6	d2	
64	TÜPRAŞ	a1	b1, b2	c1, c6	d1, d2	
65	TÜRK HAVA YOLLARI		b1, b2			
66	TÜRK TELEKOM.	a7			d1, d2	
67	TÜRK TRAKTÖR	a6, a8	b2, b4	c6	d1	
68	TÜRKİYE GARANTİ BANKASI	a1		c4, c5		
69	TÜRKİYE HALKBANK.	a1, a3, a4, a6	b3	c3		e1
70	TÜRKİYE İŞ BANKASI	a1, a5, a7, a8	b1	c1, c3, c6		
71	T.S.K.B.	a1, a3, a8	b2	c5		e1
72	TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM	a1, a5	b1, b2	c5, c6		
73	TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI	a5, a8	b1	c6		
74	ÜLKER BİSKÜVİ	a1, a4	b1, b2			
75	VESTEL ELEKTRONİK	a4, a7	b3, b4			

76	YAPI VE KREDİ	a1, a4, a8	b2, b3	c1, c5, c6		
77	ZORLU ENERJİ	a4	b3	c5, c6	d1, d2	e1

Tablo 11 içerisinde yer alan 23 işletmenin 2018-2019 yılına ait kurumsal internet (web) sitesinde sürdürülebilirlik raporlarının bulunmaması veya 2018-2019 yılına ait kurumsal internet (web) sitesinde kurumsal sosyal sorumluluk adı altında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bulunmadığından dolayı verilerine ulaşılamamıştır.

Tablo 11 içerisinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk temaları altında gerçekleştirdikleri faaliyet kodlamalarına yönelik bazı örneklere aşağıda yer verilmiştir;

Aksa Akrilik Kimya işletmesi a1 teması altında 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı etkinlikleri kapsamında yaklaşık 1.000 Yalovalı çocuğu düzenlediği Sinema Şenliği ile sinemayla buluşturmuştur. Ayrıca, işletme tarafından “Okay Temiz ile Ritim Atölyesi” çerçevesinde Yalova’da okuyan 100 ortaokul öğrencisine eğitim verilmiştir. 8 haftalık eğitim döneminin sonunda ailelerin, arkadaşların ve okul yönetiminin katıldığı bir konser düzenlenmiştir.

Enka İnşaat işletmesi b2 teması altında 20 Temmuz 2019 günü, Enka Okulları ve Enka Systems şirketlerinden Enka Gönüllüleri; Enka sürdürülebilirlik politikası çerçevesinde Ahtapot Gönüllüleri Derneği ile işbirliği içerisinde Kınalıada’da bir çevre temizliği projesi gerçekleştirilmiştir. Enka gönüllüleri tarafından yaklaşık 150 kg çöp toplanarak etkili bir çevre temizleme projesi tamamlanmıştır. Kınalıada’da gerçekleştirilen çevre temizliği projesine gösterilen yoğun ilginin ardından, 15 Eylül 2019 tarihinde, Heybeliada’da ikinci bir çevre temizliği etkinliği gerçekleştirilmiştir. Kınalıada ve

Heybeliada'da temiz bir çevre ortamının oluşturulması ve çevre bilincinin artırılması sağlanmıştır.

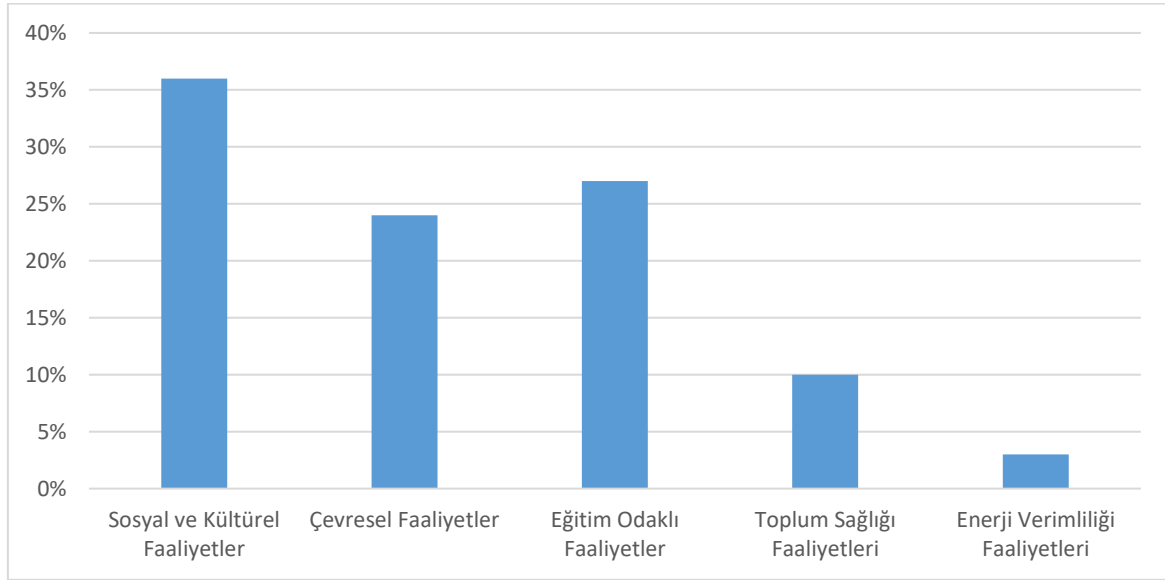
Aygaz işletmesi c5 teması altında Türk Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) ile işbirliği yaparak 2019 yılında Ateşböceği Öğrenim Birimi Eğitim Programı kapsamında, yaklaşık 1.000 öğrenciye geleceğin alfabesi olarak kabul edilen kodlama konusunda eğitim faaliyeti gerçekleştirmiştir.

Eczacı Holding d1 teması altında Yatılı Bölge Okullarının fiziki şartlarını iyileştirerek kaliteli ve sağlıklı yaşam koşulları sağlamaya katkıda bulunmayı hedefleyen Eczacıbaşı Hijyen Projesi'ni hayata geçirmiştir. Proje kapsamında, ihtiyaç sahibi Yatılı Bölge Okullarındaki ıslak mekanların tesisat altyapısının Milli Eğitim Bakanlığı tarafından onarılmasının ardından, banyo ve tuvaletler Eczacıbaşı Topluluğu tarafından yenilenmiş ve öğrencilere Selpak kişisel hijyen eğitimleri verilmiştir. Ayrıca, yenilenen okullara hijyen ürünleri de temin edilmiştir.

Enerjisa e1 teması altında Dünya'nın Enerjisini Ben Koruyorum projesi kapsamında Enerjisa gönüllü çalışanları ilkokul öğrencilerine, enerji verimliliği ile ilgili eğitimler vermişlerdir. Çocukların aynı zamanda www.enerjimikoruyorum.org internet sitesi aracılığıyla, onlara özel olarak hazırlanmış animasyon ve seslendirmeler sayesinde dünyanın enerji kaynakları hakkında bilgileri ve sınırlı olan doğal kaynakları nasıl koruyabileceklerini oyunlarla öğrenmeleri de amaçlanmıştır.

Tablo 11’de yer alan BİST 100 Endeksindeki işletmelerin yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin genel değerlendirme Grafik 1’de paylaşılmıştır.

Grafik 1: BİST 100 İşletmelerinin Genel Olarak Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri



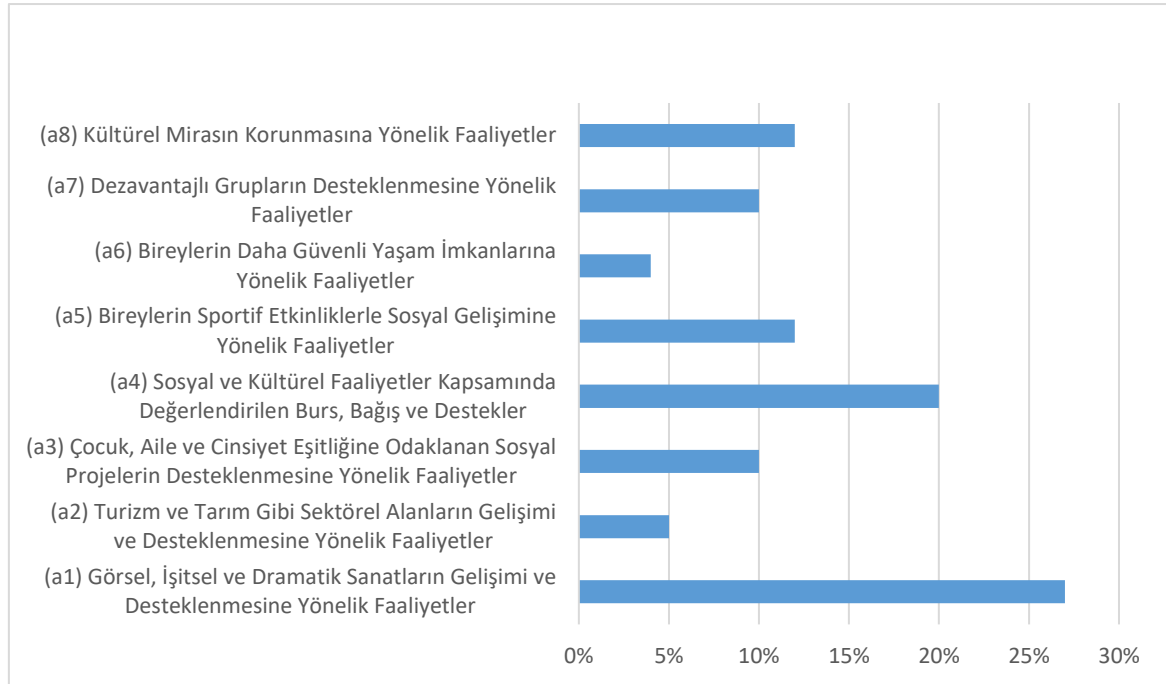
Grafik 1’de yer alan BİST 100 Endeksindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin genel olarak sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında yoğunlaştığı görülmektedir. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin %36’sının (60 İşletme) kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında en az bir sosyal ve kültürel faaliyete; %27’sinin (52 İşletme) en az bir eğitim odaklı faaliyetlere; %24’ünde (48 İşletme) en az bir çevresel faaliyetlere yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri görülmektedir. Yine bu işletmelerden %10’nun (26 İşletme) en az bir toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri ve %3’ünde (9 İşletme) enerji verimliliği faaliyetlerine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine imza attıkları görülmektedir.

3.4.4.1.BİST 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Yoğunlaştıkları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyet Türlerinin Analiz Edilmesi

BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilere ne düzeyde yer verdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları sosyal ve kültürel faaliyet türlerine yönelik analiz sonucu Grafik 2’de paylaşılmıştır.

Grafik 2: BİST 100 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Sosyal ve Kültürel Faaliyet Türleri



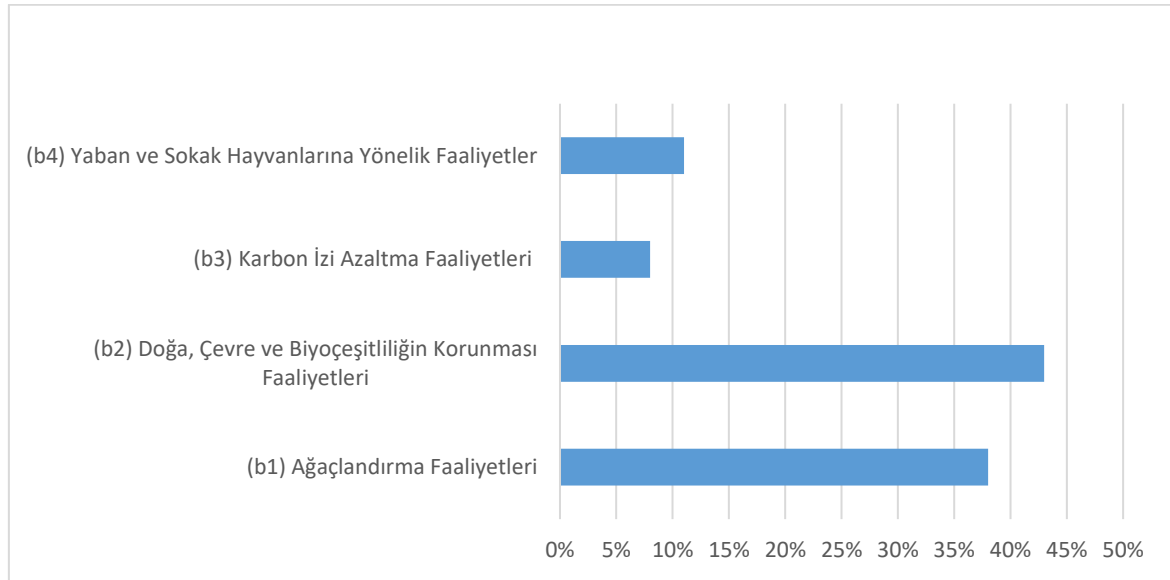
Grafik 2’de BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında en fazla görsel, işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere (%27) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; sergi, konser, kısa film festivali, tiyatro, sinema, belgesel, müze gibi faaliyetler yer almaktadır. Bu faaliyetlerden sonra en

fazla sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında değerlendirilen burs, bağış ve desteklere yönelik faaliyetlere (%20) ağırlık verdikleri anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; gıda bağışı, kıyafet bağışı, okul ve sağlık kurumlarının inşası, onarımı ve restorasyonu gibi faaliyetler yer almaktadır. Yine bu faaliyetlerden sonra da en fazla ağırlık verilen faaliyetler; bireylerin sportif etkinliklerle sosyal gelişimine yönelik faaliyetler (%12) ve kültürel mirasın korunmasına yönelik faaliyetlerdir (%12). Bireylerin sportif etkinliklerle sosyal gelişimine yönelik faaliyetleri içerisinde; spora destek faaliyetleri, voleybol ve futbol okulları, yelken sporları gibi spor kulüplerinin desteklenmesi, dezavantajlı grupların spor faaliyetlerine ulaşımı gibi faaliyetler yer almaktadır. Kültürel mirasın korunmasına yönelik faaliyetler içerisinde; arkeolojik kazı çalışmalarına destek, tarih ve arkeoloji üzerine kitap basımları, kültürel mirasın korunmasına yönelik eğitimler gibi faaliyetler yer almaktadır. Bu faaliyetleri çocuk, aile ve cinsiyet eşitliğine odaklanan sosyal projelerin desteklenmesine yönelik faaliyetler (%10) ve dezavantajlı grupların desteklenmesine yönelik faaliyetler (%10) izlemektedir. Çocuk, aile ve cinsiyet eşitliğine odaklanan sosyal projelerin desteklenmesine yönelik faaliyetler içerisinde; kadın girişimciliği ve gençlik girişimciliği destek uygulamaları, toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyen çalışmalar, aile ve çocuklara yönelik eğitim çalışmaları gibi faaliyetler yer almaktadır. Dezavantajlı grupların desteklenmesine yönelik faaliyetler içerisinde; sevgi evleri projesi, engelli bireyler için destek çalışmaları gibi faaliyetler yer almaktadır. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında diğer faaliyetlere göre turizm ve tarım gibi sektörel alanların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere (%5) daha az yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; akıllı tarım uygulamaları, turizmin desteklenmesi, tarım danışmanlığı, çiftçi eğitim programları gibi faaliyetler yer almaktadır. Sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında en az yoğunlaştıkları faaliyet türünün ise bireylerin

daha güvenli yaşam imkânlarına sahip olmalarına yönelik faaliyetler (%4) olduğu anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; trafik güvenliği eğitimleri, afet yönetimi çalışmaları gibi faaliyetler yer almaktadır.

BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları çevresel faaliyet türlerine yönelik analiz sonucu Grafik 3'te paylaşılmıştır.

Grafik 3: BİST 100 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Çevresel Faaliyet Türleri

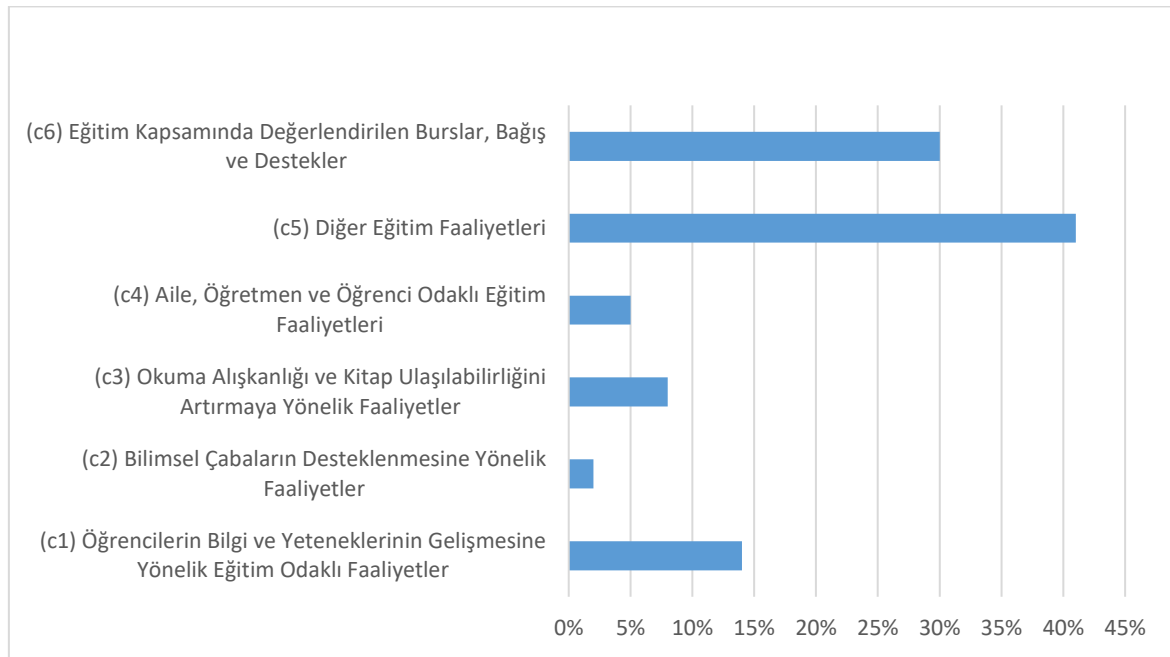


Grafik 3'te BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından çevresel faaliyetler kapsamında en fazla doğa, çevre ve biyoçeşitliliğin korunmasına yönelik faaliyetlere (%43) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; çevre temizliği çalışmaları, ambalaj atıklarının geri kazanımı gibi faaliyetler yer almaktadır. Yine bu faaliyetlerden sonra en fazla ağaçlandırma faaliyetlerine (%38) yer verildiği anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; fidan dikme ve orman geliştirme projeleri gibi faaliyetler yer almaktadır. Bu faaliyetten sonra da en fazla yaban ve sokak hayvanlarının korunmasına yönelik faaliyetlere (%11) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; artan yiyeceklerin hayvan barınaklarına gönderilmesi, sokak hayvanlarına

barınak inşası yapılması gibi faaliyetler yer almaktadır. Çevre faaliyetleri kapsamında en az yoğunlaşılacak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin ise karbon ayak izini azaltma faaliyetleri (%8) olduğu anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; karbon ayak izinin azaltılması için farkındalık yaratan atölye eğitimleri gibi faaliyetler yer almaktadır.

BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları eğitim odaklı faaliyet türlerine yönelik analiz sonucu Grafik 4’te paylaşılmıştır.

Grafik 4: BİST 100 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Eğitim Odaklı Faaliyet Türleri

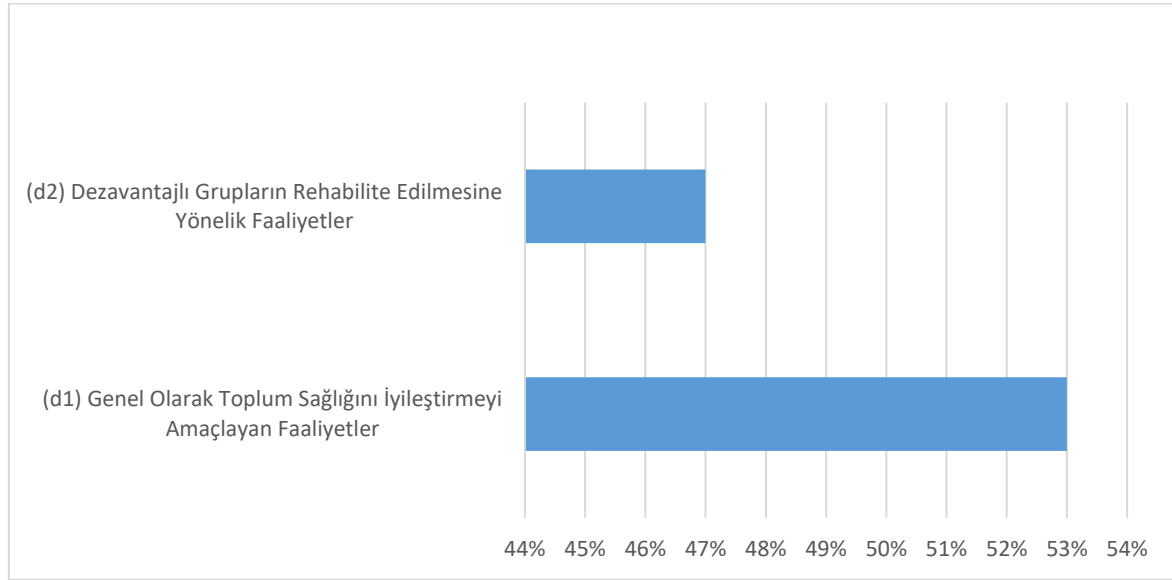


Grafik 4’de BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından eğitim faaliyetleri kapsamında en fazla diğer eğitim faaliyetlerine (%41) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Diğer eğitim faaliyetleri içerisinde; üniversite, vakıf ve derneklerle yürütülen öğrencilerin yetkinliklerini arttırmaya yönelik faaliyetler, kariyer programları, okullara ekipman desteklerinin sağlanmasına yönelik faaliyetler bulunmaktadır. Diğer eğitim faaliyetlerinden sonra işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından eğitim faaliyetleri kapsamında en fazla eğitim kapsamında değerlendirilen burs,

bağış ve desteklere yönelik faaliyetlere (%30) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; öğrencilere yönelik burs imkânları, mesleki eğitim programlarına destek, okullara ve öğrencilere yönelik yapılan bağışlar gibi faaliyetler yer almaktadır. Bu yoğunlaşmayı ise öğrencilerin bilgi ve yeteneklerinin geliştirilmesine yönelik eğitim odaklı faaliyetler (%14) izlemektedir. Bu faaliyetler içerisinde; öğrencilere yönelik düzenlenen yarışmalar, öğrencilerin yeteneklerini geliştirecek atölyelerin, laboratuvarların kurulması ve desteklenmesi gibi faaliyetler yer almaktadır. Bu faaliyetlerden sonrada en fazla yoğunlaşma okuma alışkanlığı ve kitap ulaşılabilirliğini arttırmaya yönelik faaliyetlerdir (%8). Bu faaliyetler içerisinde; kitap bağışı, kütüphane destekleri, okuma salonları, öğrencilere okuma alışkanlığının kazandırılması için kitap hediye edilmesi gibi faaliyetler yer almaktadır. Bu faaliyetleri de aile, öğretmen ve öğrenci odaklı eğitim faaliyetleri (%5) takip etmektedir. Bu faaliyetler içerisinde; aile, öğrenci ve öğretmenlere yönelik eğitim programları yer almaktadır. Eğitim faaliyetleri kapsamında işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti ise bilimsel çabaların desteklenmesine yönelik faaliyetlerdir (%2). Bu faaliyetler içerisinde; teknoloji sınıfları, teknoloji eğitimleri, bilimsel projeler gibi faaliyetler yer almaktadır.

BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları toplum sağlığına yönelik faaliyet türlerine ilişkin analiz sonucu Grafik 5'te paylaşılmıştır.

Grafik 5: BİST 100 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Toplum Sağlığına Yönelik Faaliyet Türleri



Grafik 5'te BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından toplum sağlığı faaliyetleri kapsamında en fazla toplum sağlığını iyileştirmeyi amaçlayan faaliyetlere (%53) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; ihtiyaç sahibi hastaların desteklenmesi, tedavi programları, ilaç yardımı, kan bağıışı gibi faaliyetler yer almaktadır. Bu faaliyetlerden sonra toplum sağlığı kapsamında en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin ise dezavantajlı grupların rehabilite edilmesine yönelik faaliyetler (%47) olduğu anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler içerisinde; akülü ve manuel tekerlekli sandalye bağıışları, kök hücre bağıışı, Tohum Otizm Vakfı ve LÖSEV gibi kurumları destekleyici çalışmalar yer almaktadır.

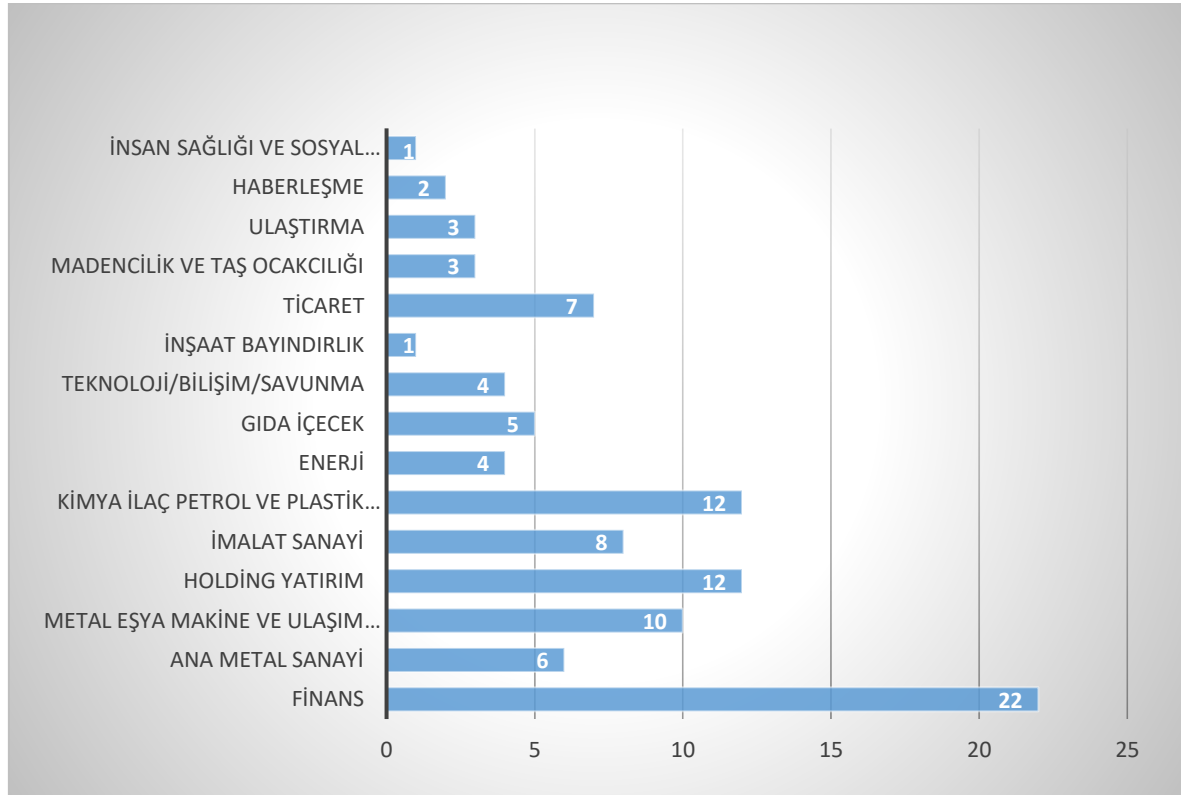
BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında enerji verimliliğine yönelik faaliyet türlerine düşük yoğunlukta yer vermelerinden dolayı işletmelerin bu faaliyetleri grafik içinde yer bulamamıştır. BİST 100

Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından enerji verimliliği faaliyetleri kapsamında en fazla enerji verimliliğini artırmaya yönelik faaliyetlere yer verdikleri ve temiz enerji bilincinin oluşturulmasına yönelik faaliyetlere yer vermedikleri tespit edilmiştir.

3.4.4.2. BİST 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sektör Açısından Analiz Edilmesi

BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör dağılımları ve sektörler açısından yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri tespit edilmeye çalışılmıştır. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör dağılımları Grafik 6'da paylaşılmıştır.

Grafik 6: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Sektör Dağılımları



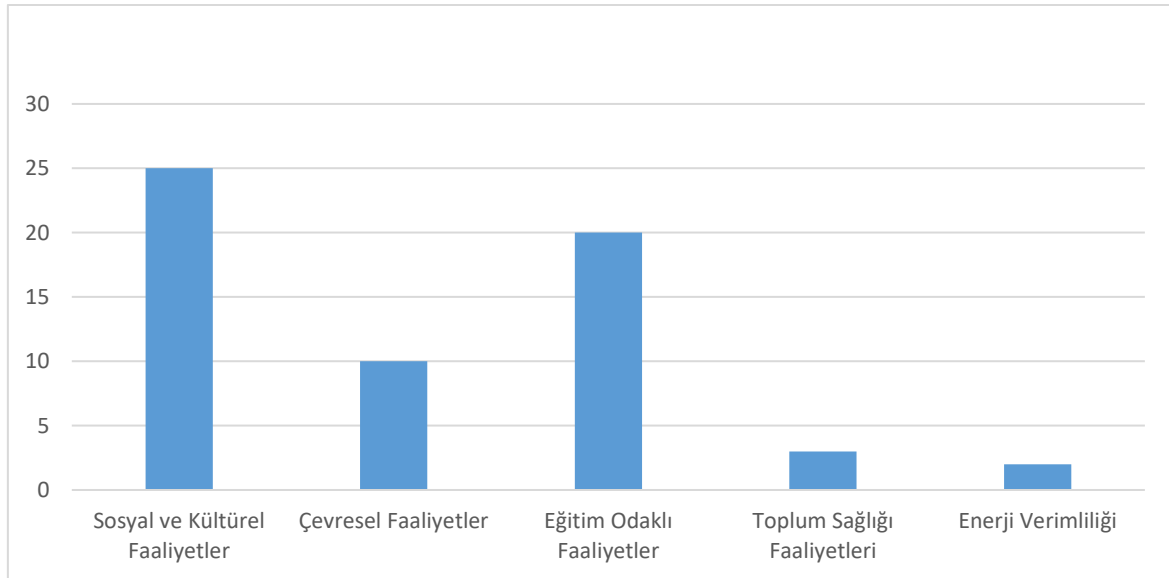
Grafik 6'da BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin en fazla finans sektöründe (22 İşletme) faaliyet yürüttükleri görülmektedir. Finans sektörünü ise holding

yatırım (12 İşletme) ve kimya ilaç petrol ve plastik ürünler (12 İşletme) sektörleri izlemektedir. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin en az inşaat bayındırlık (1 İşletme) sektöründe ve insan sağlığı ve sosyal hizmetler (1 İşletme) sektöründe faaliyet yürüttükleri görülmektedir.

Yukarıdaki grafik de bir sektörel dağılım gösteren BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör açısından kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında hangi faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda analiz edilen veriler aşağıda yer almaktadır.

BİST 100 Endeksinde yer alan finans sektörüne ait toplam 22 işletmeden 15 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 15 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 7'de paylaşılmıştır.

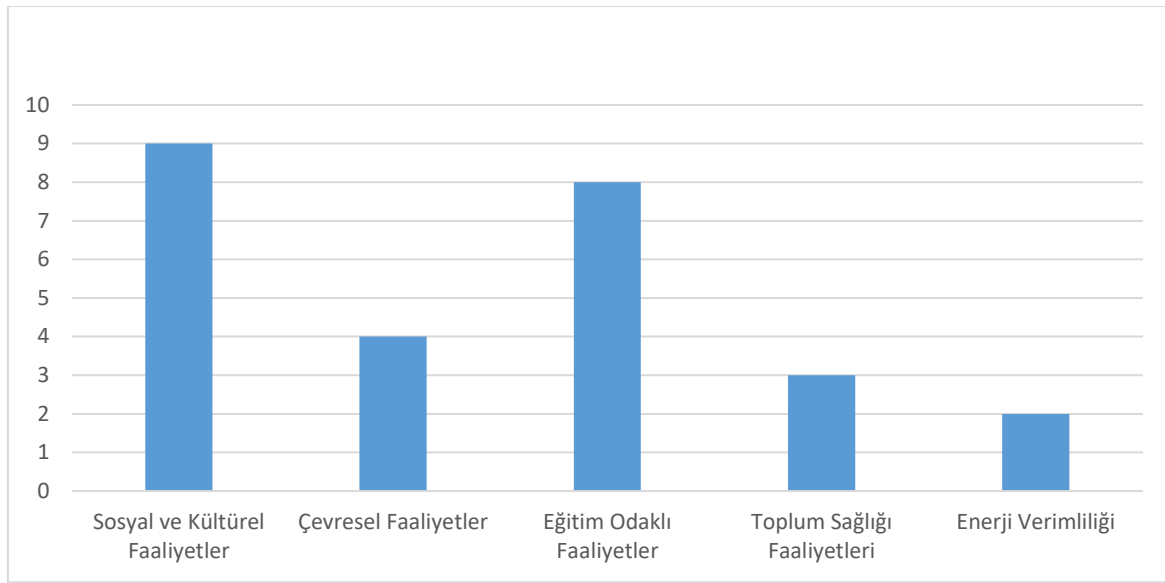
Grafik 7: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Finans Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 7’de BİST 100 Endeksi içinde yer alan finans sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (25 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Finans sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin ise eğitim odaklı faaliyetler (20 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri ise çevresel faaliyetler (10 farklı faaliyet içeriği) takip etmektedir. Çevresel faaliyetlerden sonra en fazla yer verilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin ise toplum sağlığına yönelik faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Finans sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ise enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir.

BİST 100 Endeksinde yer alan ana metal sanayi sektörüne ait toplam 6 işletmeden 5 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 5 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 8’de paylaşılmıştır.

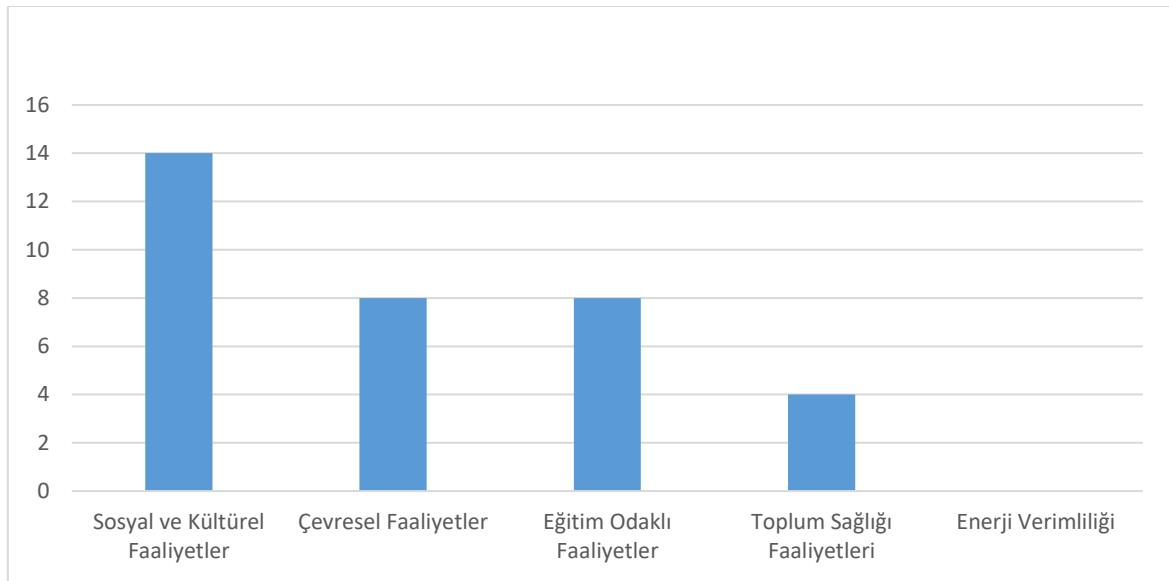
Grafik 8: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Ana Metal Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 8’de BİST 100 Endeksi içinde yer alan ana metal sanayi sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (9 farklı faaliyet içeriği) yer verdikleri görülmektedir. Ana metal sanayi sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (8 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri çevresel faaliyetlerin (4 farklı faaliyet içeriği) izlemektedir. Çevresel faaliyetlerden sonra en fazla yer verilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin toplum sağlığına yönelik faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Ana metal sanayi sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ise enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir.

BİST 100 Endeksinde yer alan metal eşya makine ve ulaşım araçları sektörüne ait toplam 10 işletmeden 6 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 6 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 9’da paylaşılmıştır.

Grafik 9: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Metal Eşya Makine ve Ulaşım Araçları Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

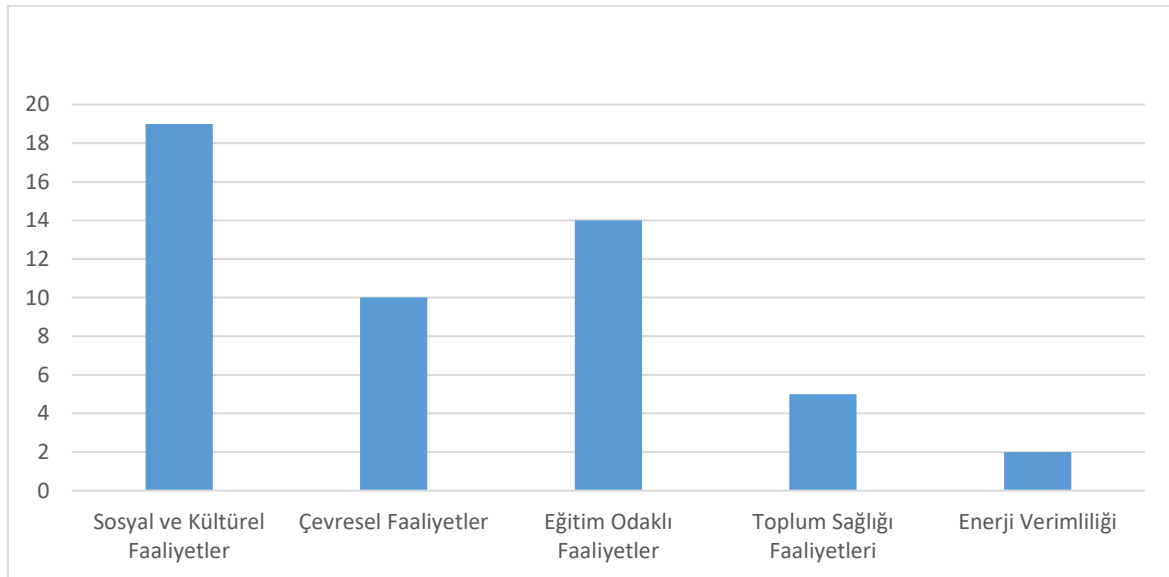


Grafik 9’da BİST 100 Endeksi içinde yer alan metal eşya makine ve ulaşım araçları sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (14 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Metal eşya makine ve ulaşım araçları sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin çevresel (8 farklı faaliyet içeriği) ve eğitim odaklı faaliyetler (8 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Çevresel ve eğitim odaklı faaliyetleri toplum sağlığına yönelik faaliyetler (4 farklı faaliyet içeriği) takip etmektedir. Metal eşya makine ve ulaşım araçları sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ise enerji verimliliğine yönelik faaliyetler olduğu tespit edilmiştir. Metal eşya makine ve ulaşım araçları sektöründe yer alan

hiçbir işletme enerji verimliliğine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 100 Endeksinde yer alan holding yatırım sektörüne ait toplam 12 işletmeden 9 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 9 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 10'da paylaşılmıştır.

Grafik 10: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Holding Yatırım Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

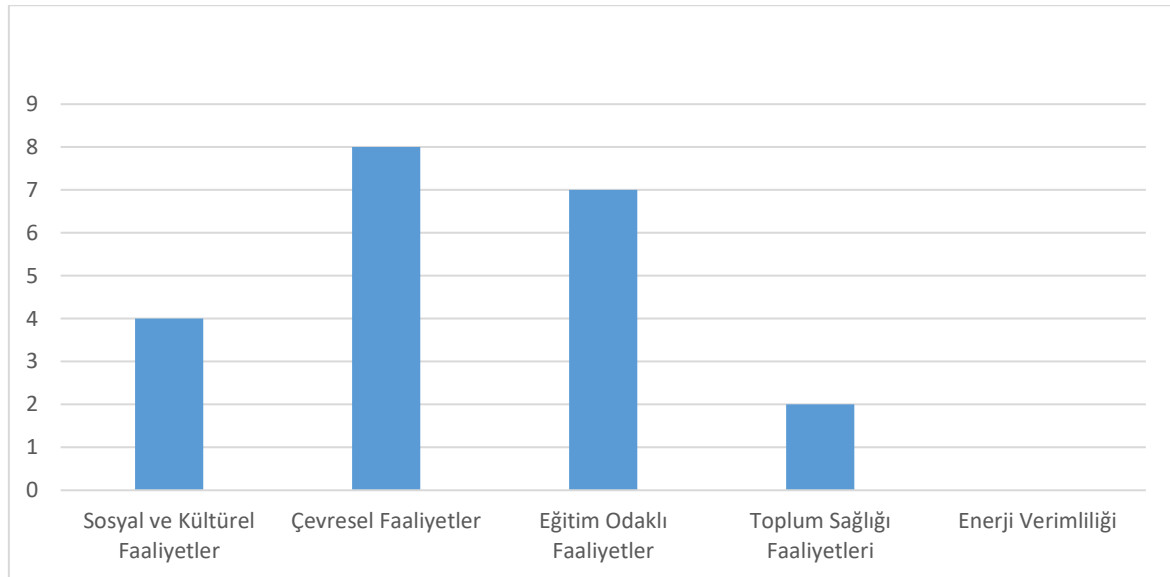


Grafik 10'da BİST 100 Endeksi içinde yer alan holding yatırım sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (19 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Holding yatırım sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (14 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri çevresel faaliyetler (10 farklı faaliyet içeriği) takip etmektedir. Çevresel faaliyetlerden sonra en fazla yer verilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin toplum sağlığına yönelik faaliyetler (5 farklı faaliyet içeriği) olduğu

görülmektedir. Holding yatırım sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ise enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir.

BİST 100 Endeksinde yer alan imalat sanayi sektörüne ait toplam 8 işletmeden 7 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 7 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 11’de paylaşılmıştır.

Grafik 11: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İmalat Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

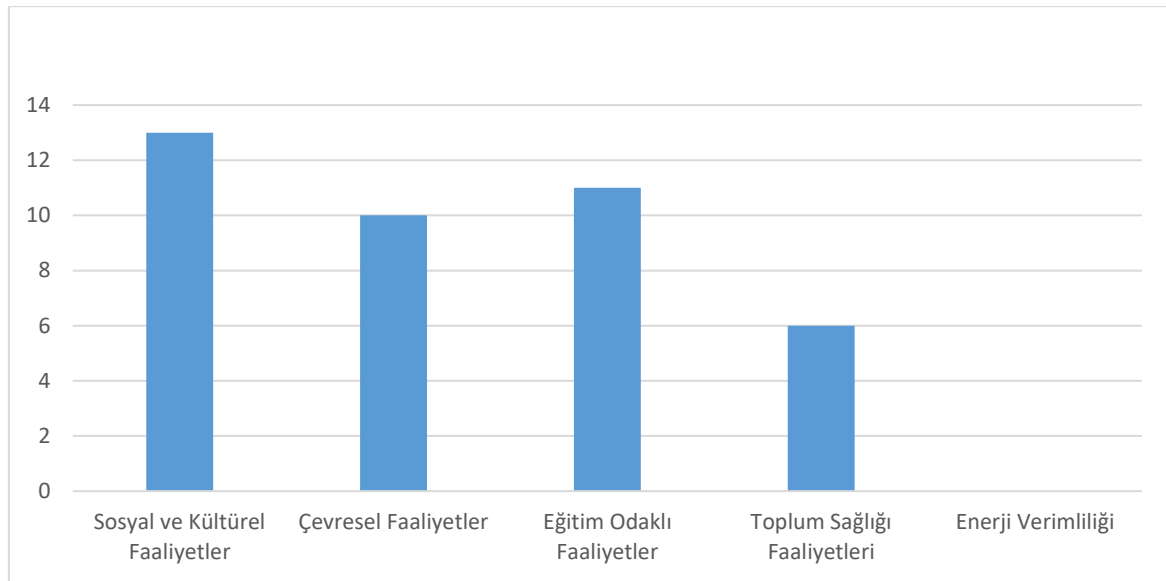


Grafik 11’de BİST 100 Endeksi içinde yer alan imalat sanayi sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla çevresel faaliyetlere (8 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. İmalat sanayi sektöründe yer alan işletmelerin çevresel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (7 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri sosyal ve kültürel faaliyetler (4 farklı faaliyet içeriği) takip etmektedir. Sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yer verilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin

toplum sağlığına y3nelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu g3r3lmektedir. İmalat sanayi sekt3r3nde yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin enerji verimliliğine y3nelik faaliyetler olduğu tespit edilmiştir. İmalat sanayi sekt3r3nde yer alan hiçbir işletme enerji verimliliğine y3nelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 100 Endeksinde yer alan kimya ilaç petrol ve plastik 3r3nler sekt3r3ne ait toplam 12 işletmeden 11 işletme 2018-2019 d3nemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 11 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 12’de paylaşılmıştır.

Grafik 12: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Kimya İlaç Petrol Lastik ve Plastik 3r3nler Sekt3r3 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

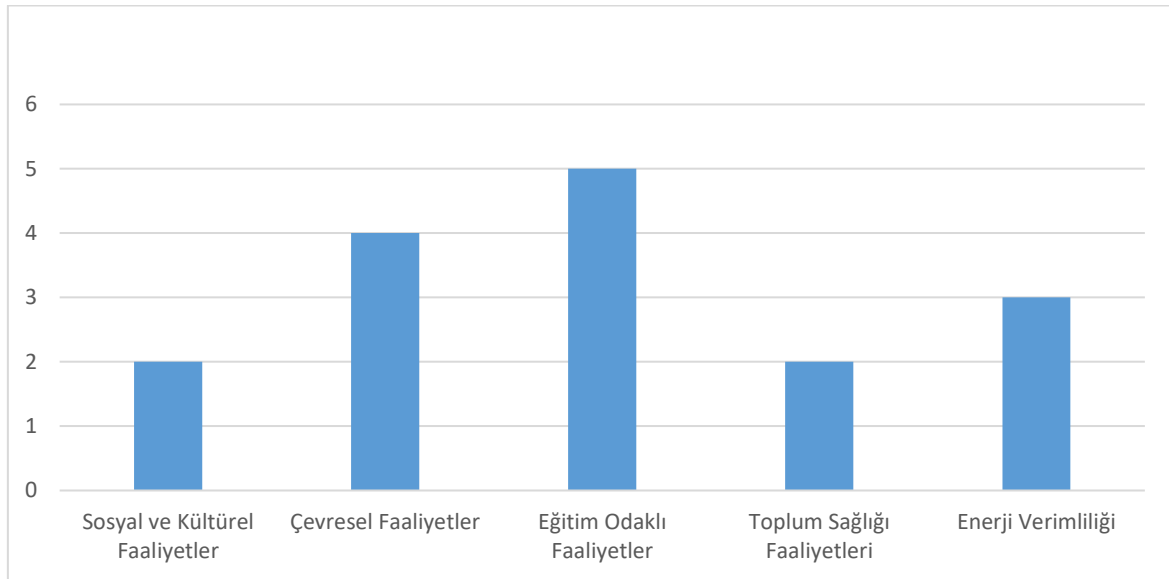


Grafik 12’de BİST 100 Endeksi içinde yer alan kimya ilaç petrol lastik ve plastik 3r3nler sekt3r3ne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve k3lt3rel faaliyetlere (13 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları g3r3lmektedir. Sosyal ve k3lt3rel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (11 farklı faaliyet içeriği) olduğu g3r3lmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri çevresel faaliyetler (10 farklı faaliyet içeriği) izlemektedir. Çevresel faaliyetlerden sonra en

fazla yer verilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin toplum sağlığına yönelik faaliyetler (6 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Kimya ilaç petrol ve plastik ürünler sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin enerji verimliliğine yönelik faaliyetler olduğu tespit edilmiştir. Kimya ilaç petrol ve plastik ürünler sektöründe yer alan hiçbir işletme enerji verimliliğine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 100 Endeksinde yer alan enerji sektörüne ait toplam 4 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 4 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 13'te paylaşılmıştır.

Grafik 13: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Enerji Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

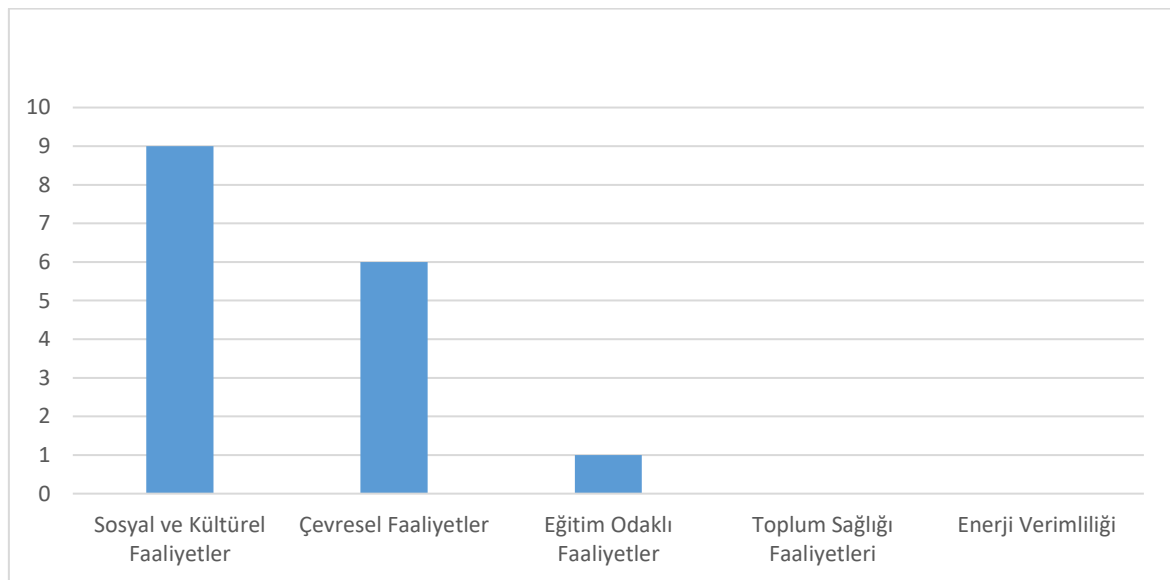


Grafik 13'te BİST 100 Endeksi içinde yer alan enerji sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla eğitim odaklı faaliyetlere (5 farklı faaliyet içeriği) yer verdikleri görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri çevresel faaliyetler (4 farklı faaliyet içeriği) izlemektedir. Çevresel faaliyetlerden sonra en fazla yer verilen faaliyet türünün enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği)

olduğu görülmektedir. Enerji sektöründe yer alan işletmelerin en az yer verdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ise sosyal ve kültürel faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) ile toplum sağlığına yönelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir.

BİST 100 Endeksinde yer alan gıda içecek sektörüne ait toplam 5 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 5 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 14'te paylaşılmıştır.

Grafik 14: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Gıda İçecek Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

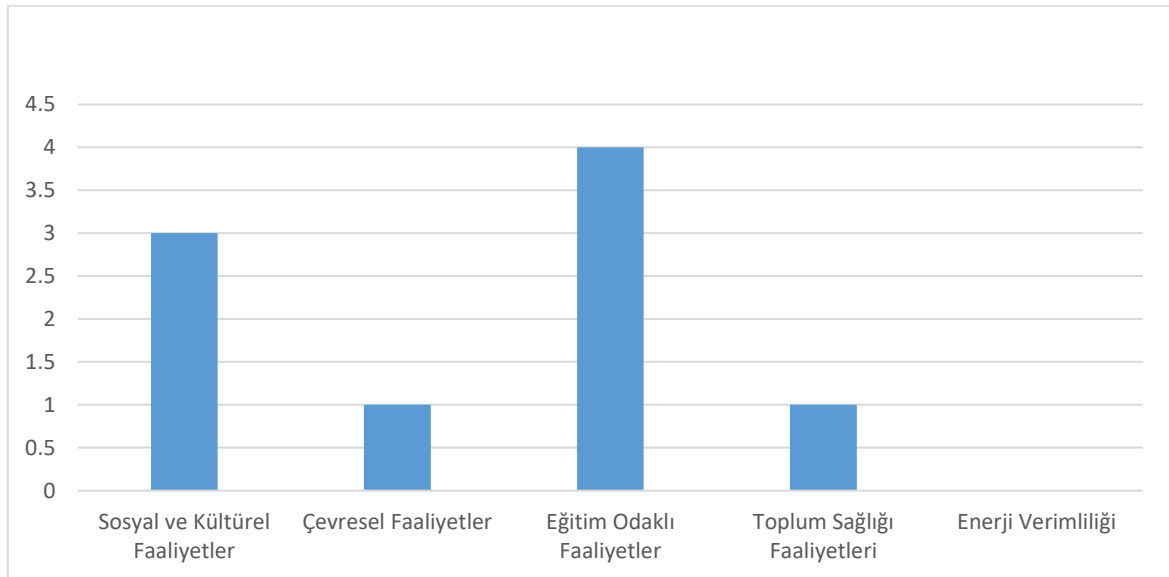


Grafik 14'de BİST 100 Endeksi içinde yer alan gıda içecek sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (9 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin çevresel faaliyetler (6 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Bu sektörde yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Gıda ve içecek sektöründe yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında

toplum sağlığına yönelik faaliyetler ile enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere yer vermedikleri görülmektedir.

BİST 100 Endeksinde yer alan teknoloji (bilişim ve savunma) sektörüne ait toplam 4 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 4 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 15'te paylaşılmıştır.

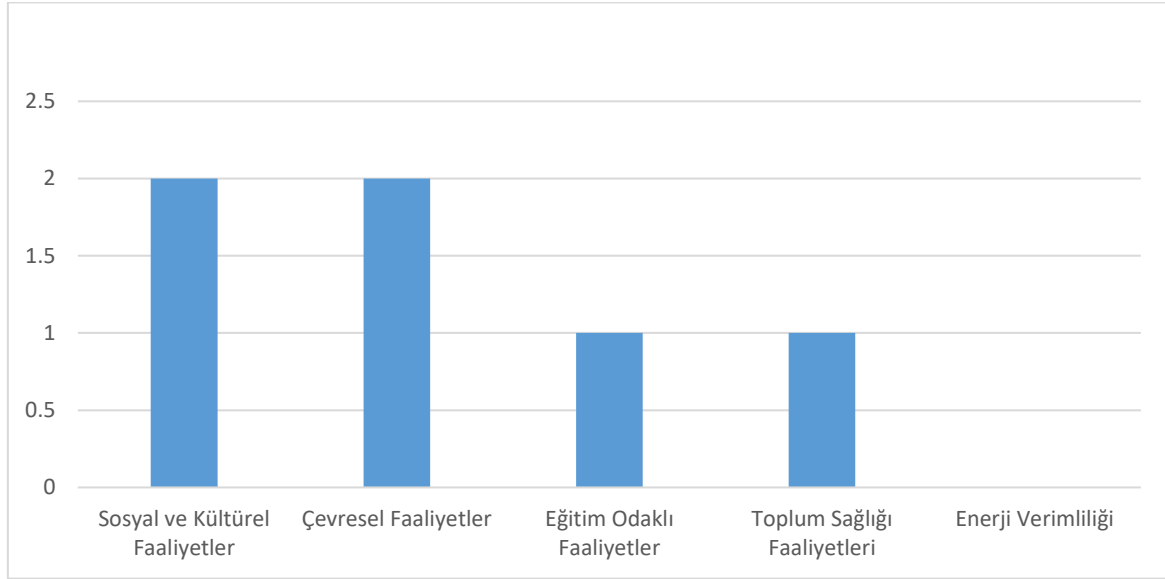
Grafik 15: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Teknoloji (Bilişim ve Savunma) Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 15'de BİST 100 Endeksi içinde yer alan teknoloji (bilişim ve savunma) sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla eğitim odaklı faaliyetlere (4 farklı faaliyet içeriği) yer verdikleri görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri sosyal ve kültürel faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) izlemektedir. Teknoloji (bilişim ve savunma) sektöründe yer alan işletmelerin en az yer verdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çevresel faaliyetler (1 faaliyet içeriği) ve toplum sağlığına yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Bu sektörde yer alan işletmelerin enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere yer vermedikleri görülmektedir.

BİST 100 Endeksinde yer alan inşaat bayındırlık sektörüne ait toplam 1 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 1 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 16'da paylaşılmıştır.

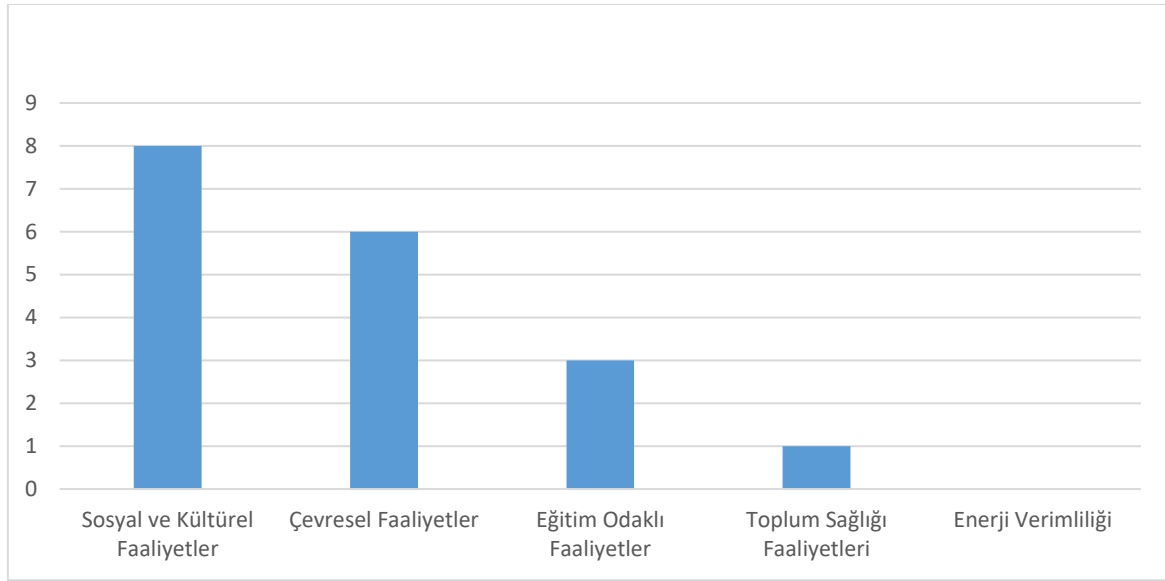
Grafik 16: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İnşaat Bayındırlık Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 16'da BİST 100 Endeksi içinde yer alan inşaat bayındırlık sektörüne ait işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla yoğunlaştığı faaliyetlerin sosyal ve kültürel faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) ile çevresel faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Sosyal ve kültürel faaliyetler ile çevresel faaliyetleri eğitim odaklı faaliyetler (1 faaliyet içeriği) ile toplum sağlığına yönelik faaliyetlerin (1 faaliyet içeriği) takip ettiği görülmektedir. İnşaat bayındırlık sektöründe yer alan işletmenin enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere ise yer vermediği görülmektedir.

BİST 100 Endeksinde yer alan ticaret sektörüne ait toplam 7 işletmeden 5 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 5 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 17’de paylaşılmıştır.

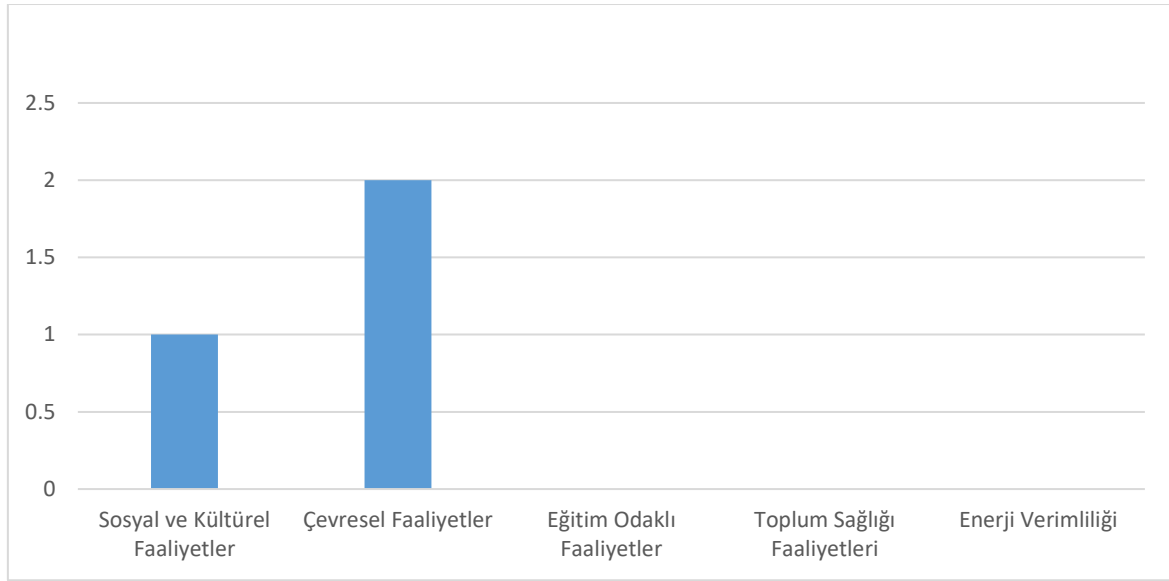
Grafik 17: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Ticaret Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 17’de BİST 100 Endeksi içinde yer alan ticaret sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (8 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Ticaret sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin çevresel faaliyetler (6 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Çevresel faaliyetleri eğitim odaklı faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) ile toplum sağlığına yönelik faaliyetlerin (1 faaliyet içeriği) takip ettiği görülmektedir. Bu sektörde yer alan işletmelerin enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere yer vermedikleri görülmektedir.

BİST 100 Endeksinde yer alan ulaştırma sektörüne ait toplam 3 işletmeden 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 18’de paylaşılmıştır.

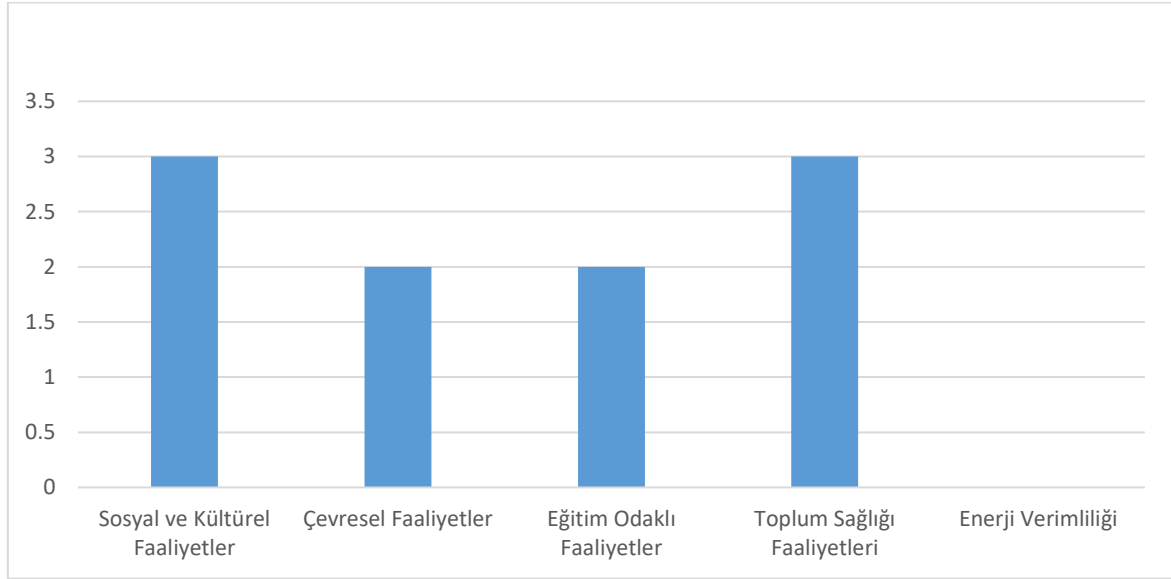
Grafik 18: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Ulaştırma Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 18’de BİST 100 Endeksi içinde yer alan ulaştırma sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla çevresel faaliyetlere (2 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıklarını görölmektedir. Çevresel faaliyetlerden sonra işletmelerin en fazla yoğunlaştıklarını kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sosyal ve kültürel faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu görölmektedir. Eğitim odaklı faaliyetler, toplum sağlığına yönelik faaliyetler ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere ise ulaştırma sektöründe yer alan işletmelerin yer vermedikleri görölmektedir.

BİST 100 Endeksinde yer alan haberleşme sektörüne ait toplam 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 19'da paylaşılmıştır.

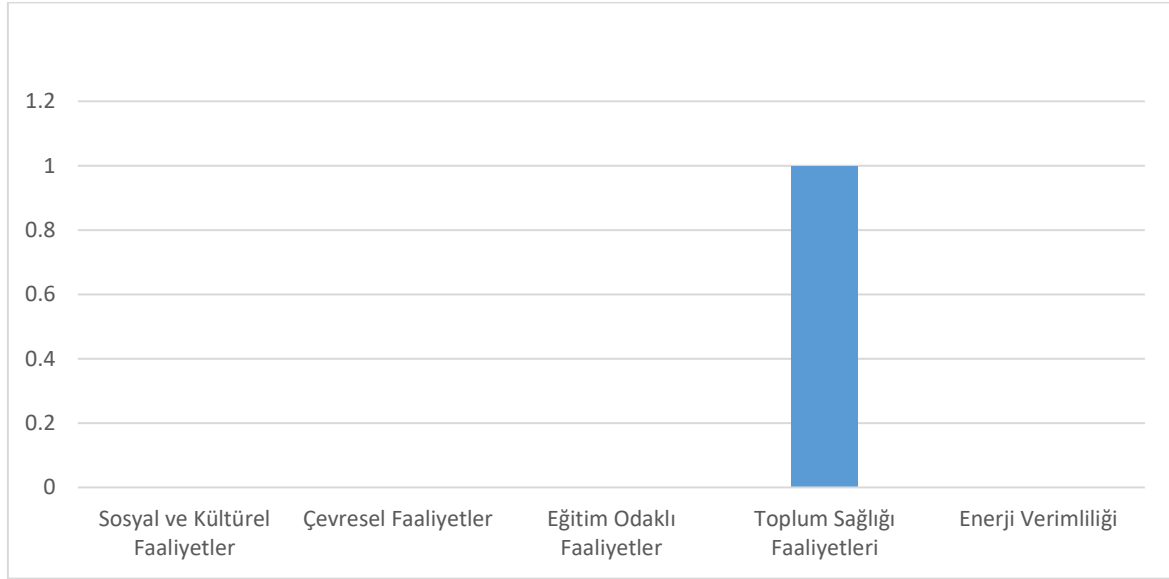
Grafik 19: BİST 100 Endeksinde Yer Alan Haberleşme Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 19'da BİST 100 Endeksi içinde yer alan haberleşme sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) ile toplum sağlığına yönelik faaliyetlere (3 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu faaliyetleri çevresel faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) ile eğitim odaklı faaliyetlerin (2 farklı faaliyet içeriği) takip ettiği görülmektedir. Enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere ise yer vermedikleri görülmektedir.

BİST 100 Endeksinde yer alan ulaştırma sektörüne ait toplam 1 şletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 1 şletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 20’de paylaşılmıştır.

Grafik 20: BİST 100 Endeksinde Yer Alan İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmetler Sektörü şletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 20’de BİST 100 Endeksi içinde yer alan insan sağlığı ve sosyal hizmetler sektörüne ait şletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında toplum sağlığına yönelik faaliyetlere (1 faaliyet içeriği) azda olsa yer verdiği görölmektedir. Sosyal ve kültürel faaliyetler, çevresel faaliyetler, eğitim odaklı faaliyetler ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere ise şletmenin yer vermediği görölmektedir.

Madencilik ve Taş Ocaklığı sektöründe yer alan toplam 3 şletmenin 2018-2019 yılına ait sürdürülebilirlik raporları bulunmadığı ve kurumsal web sitelerinde 2018-2019 yıllarına ait kurumsal sosyal sorumluluk adı altında faaliyetlerine yer verilmediğinden dolayı bu sektör içerisinde yer alan şletmeler araştırma kapsamına alınmamışlardır.

Tablo 12’de BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin 2018-2019 dönemlerine ait kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yürütmüş oldukları projelerin, vermiş oldukları desteklerin, yapmış oldukları çalışmaların ana kategorilere ve alt kategorilere göre dağılımları yapılmıştır. BİST 50 Endeksinde yer alan ve 2018-2019 dönemlerine ait kurumsal web sitelerinde KSS uygulamaları adı altında paylaşılan uygulamaları ve sürdürülebilirlik raporları bulunan 42 işletme Tablo 12’de paylaşılmıştır.

Tablo 12: BİST 50 Endeksindeki İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tablosu

	İŞLETMELER	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Eğitim Odaklı Faaliyetler	Toplum Sağlığı Faaliyetleri	Enerji Verimliliği Faaliyetleri
1	AG ANADOLU GRUBU	a3, a5	b2	c5	d1	e1
2	AKBANK	a1		c5		
3	ALARKO HOLDİNG			c6		
4	ANADOLU CAM	a8	b1, b2			
5	ANADOLU EFES	a1, a2, a5	b2	c5		
6	ARÇELİK	a3	b1	c1, c5, c4, c6		
7	ASELSAN ELEKTRONİK			c5		
8	COCO COLA	a3, a4, a5	b1, b2			
9	DOĞAN HOLDİNG	a3, a8				
10	EMLAK KONUT	a8				
11	ENERJİSA	a7	b2	c4, c5		e1
12	ENKA İNŞAAT	a4, a7	b1, b2	c5	d2	
13	EREGLİ DEMİR Ç.	a1, a4, a8	b1, b2	c5		e1
14	FORD OTOSAN	a3, a4	b2, b4	c5, c6	d1, d2	
15	GÜBRE FAB.	a2		c3, c5, c6		
16	HACI ÖMER SABANCI H.	a1, a7		c1, c6		
17	HEKTAŞ	a2				

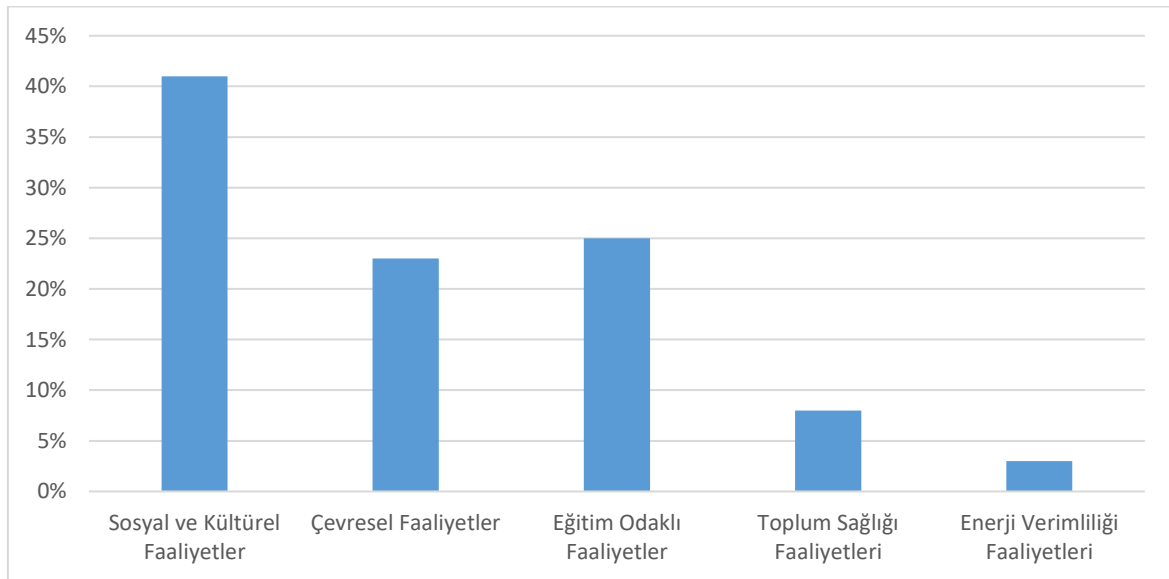
18	KARDEMİR KARABÜK D.	a1, a4		c5	d1	
19	KOÇ HOLDİNG	a1, a3, a4, a5, a8	b1, b2	c5, c6	d1	
20	KORDSA TEKSTİL	a6		c5		
21	MİGROS TİCARET	a1, a4, a5	b1, b2, b4	c5	d1	
22	ODAŞ ELEKTRİK		b1			
23	PEGASUS	a4				
24	PETKİM	a5, a7				
25	SODA SANAYİİ		b1, b2			
26	ŞEKERBANK	a1		c4		
27	TEKFEN HOLDİNG	a1, a2, a6	b1, b2	c5, c6	d2	
28	TOFAŞ OTO.	a1, a4, a5, a7, a8		c5	d2	
29	TRAKYA CAM		b1	c5		
30	TURKCELL	a5, a7	b1, b2	c1, c6	d2	
31	TÜPRAŞ	a1	b1, b2	c1, c6	d1, d2	
32	TÜRK HAVA YOLLARI		b1, b2			
33	TÜRK TELEKOM.	a7			d1, d2	
34	TÜRKİYE GARANTİ BANKASI	a1		c4, c5		
35	TÜRKİYE HALKBANK.	a1, a3, a4, a6	b3	c3		e1
36	TÜRKİYE İŞ BANKASI	a1, a5, a7, a8	b1	c1, c3, c6		
37	T.S.K.B.	a1, a3, a8	b2	c5		e1
38	TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM	a1, a5	b1, b2	c5, c6		
39	TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI	a5, a8	b1	c6		
40	ÜLKER BİSKÜVİ	a1, a4	b1, b2			

41	VESTEL ELEKTRONİK	a4, a7	b3, b4			
42	YAPI VE KREDİ	a1, a4, a8	b2, b3	c1, c5, c6		

Tablo 12 içerisinde yer alan 8 işletmenin 2018-2019 yılına ait kurumsal internet (web) sitesinde sürdürülebilirlik raporlarının bulunmaması veya 2018-2019 yılına ait kurumsal internet (web) sitesinde kurumsal sosyal sorumluluk adı altında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bulunmadığından dolayı verilerine ulaşılamamıştır.

Tablo 12’de yer alan BİST 50 Endeksindeki işletmelerin yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin genel değerlendirme Grafik 21’de paylaşılmıştır.

Grafik 21: BİST 50 İşletmelerinin Genel Olarak Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri



Grafik 21’de yer alan BİST 50 Endeksindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin genel olarak sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında yoğunlaştığı görülmektedir. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin %41’inin (36 İşletme) kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında en az bir sosyal ve kültürel faaliyetlere; %25’inin

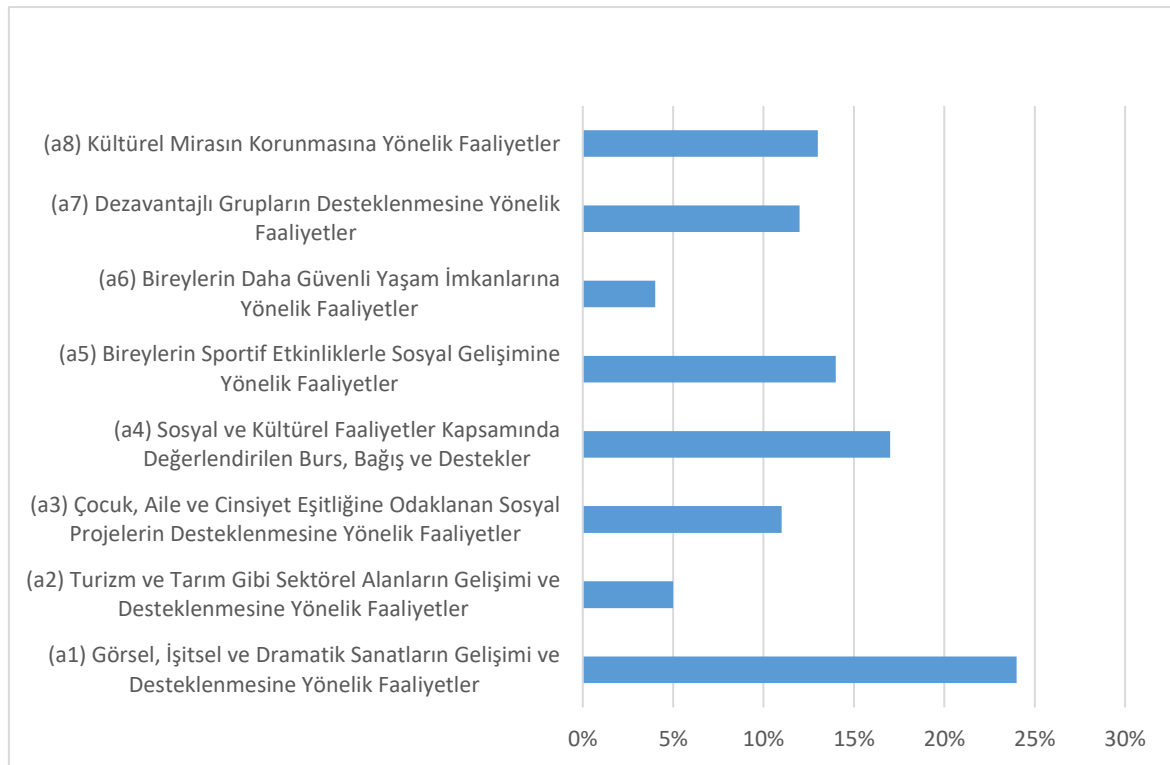
(29 İşletme) en az bir eğitim odaklı faaliyetlere; %23'ünün de (26 İşletme) en az bir çevresel faaliyetlere yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri görülmektedir. Yine bu işletmelerden %8'inin (11 İşletme) en az bir toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri ve %3'ünün de (5 İşletme) enerji verimliliği faaliyetlerine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine imza attıkları görülmektedir.

3.4.4.3.BİST 50 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Yoğunlaştıkları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyet Türlerinin Analiz Edilmesi

BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilere ne düzeyde yer verdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları sosyal ve kültürel faaliyet türlerine yönelik analiz sonucu Grafik 22’de paylaşılmıştır.

Grafik 22: BİST 50 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Sosyal ve Kültürel Faaliyet Türleri

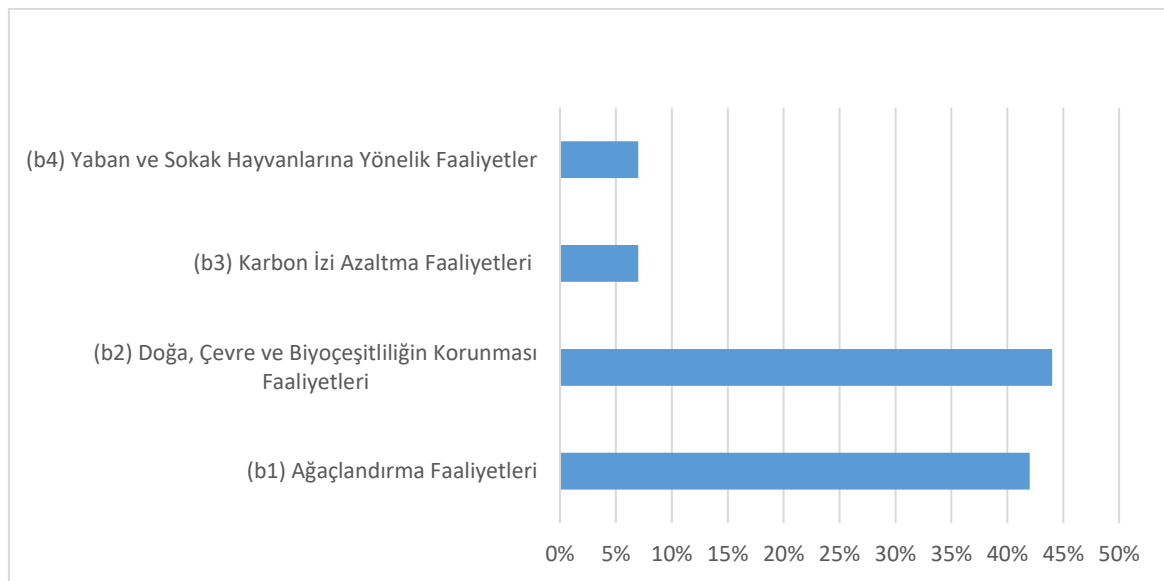


Grafik 22’de BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında en fazla görsel, işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere (%24) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetlerden sonra en fazla sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında

değerlendirilen burs, bağış ve desteklere yönelik faaliyetlere (%17) ağırlık verdikleri anlaşılmaktadır. Yine bu faaliyetlerden sonra da en fazla ağırlık verilen faaliyetleri; bireylerin sportif etkinliklerle sosyal gelişimine yönelik faaliyetler (%14) ve kültürel mirasın korunmasına yönelik faaliyetler (%13) takip etmektedir. Bu faaliyetleri de dezavantajlı grupların desteklenmesine yönelik faaliyetler (%12) ve çocuk, aile ve cinsiyet eşitliğine odaklanan sosyal projelerin desteklenmesine yönelik faaliyetler (%11) izlemektedir. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında diğer faaliyetlere göre turizm ve tarım gibi sektörel alanların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere (%5) daha az yer verdikleri görülmektedir. Sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında ise en az bireylerin daha güvenli yaşam imkânlarına sahip olmalarına yönelik faaliyetlere (%4) yer verildiği görülmektedir.

BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları çevresel faaliyet türlerine yönelik analiz sonucu Grafik 23'te paylaşılmıştır.

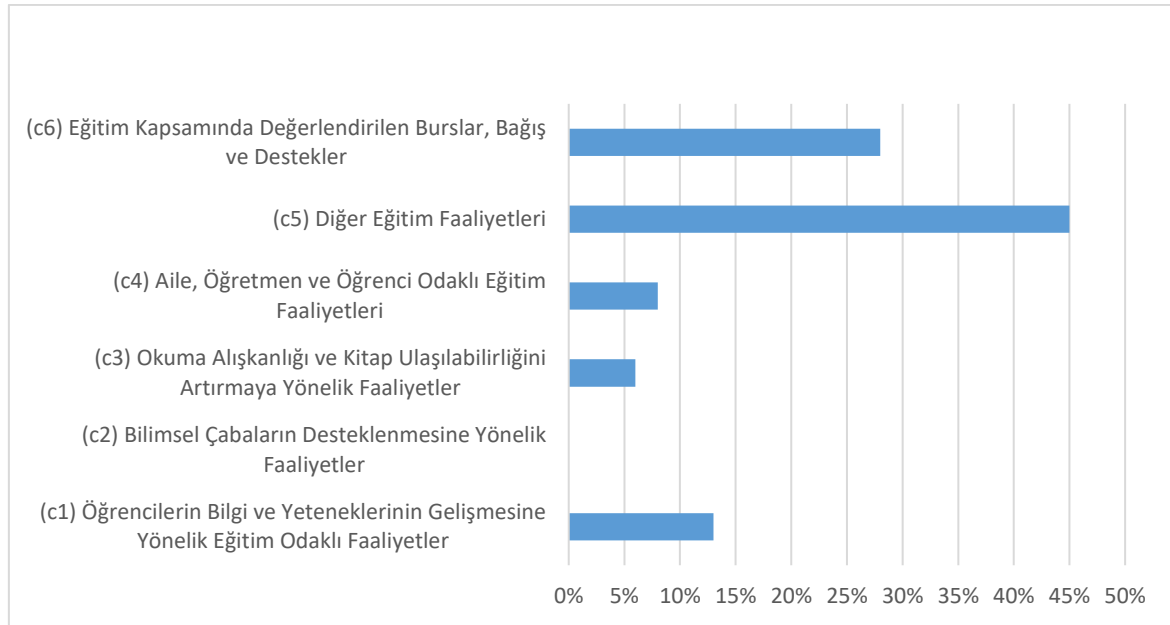
Grafik 23: BİST 50 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Çevresel Faaliyet Türleri



Grafik 23'te BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından çevresel faaliyetler kapsamında en fazla doğa, çevre ve biyoçeşitliliğin korunması, çevre kirliliğinin önlenmesi ve atıkların geri dönüşümüne yönelik faaliyetlere (%44) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu faaliyetlerden sonra en fazla ağaçlandırma, fidan dikme ve orman geliştirme projelerine (%42) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından çevresel faaliyetler kapsamında en az yoğunlaştıkları faaliyetlerin yaban ve sokak hayvanlarının korunmasına yönelik faaliyetler (%7) ve karbon ayak izini azaltma faaliyetleri (%7) olduğu görülmektedir.

BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları eğitim odaklı faaliyet türlerine yönelik analiz sonucu Grafik 24'te paylaşılmıştır.

Grafik 24: BİST 50 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Eğitim Odaklı Faaliyet Türleri

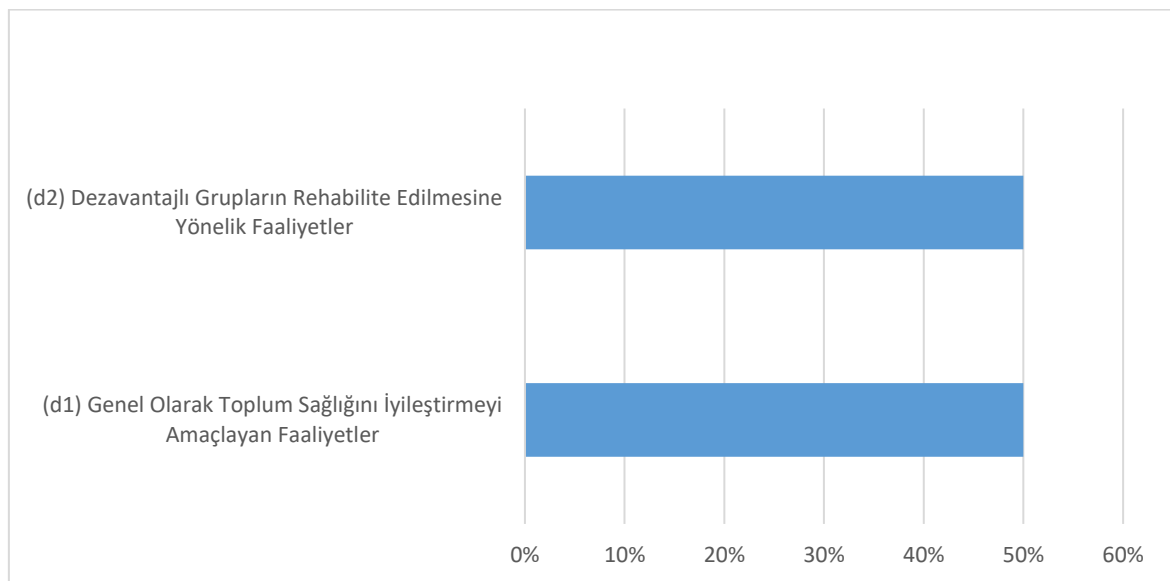


Grafik 24'te BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından eğitim faaliyetleri kapsamında en fazla diğer eğitim faaliyetlerine (%45) yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır. Diğer eğitim faaliyetleri içerisinde; üniversite, vakıf

ve derneklerle yürütülen öğrencilerin yetkinliklerini arttırmaya yönelik faaliyetler, kariyer programları, okullara ekipman desteklerinin sağlanmasına yönelik faaliyetler bulunmaktadır. Diğer eğitim faaliyetlerinden sonra işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından eğitim faaliyetleri kapsamında en fazla eğitim kapsamında değerlendirilen burs, bağış ve desteklere yönelik faaliyetlere (%28) yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu yoğunlaşmayı ise öğrencilerin bilgi ve yeteneklerinin geliştirilmesine yönelik eğitim odaklı faaliyetlerin (%13) izlemektedir. Bu faaliyetlerden sonrada en fazla yoğunlaşmanın aile, öğretmen ve öğrenci odaklı eğitim faaliyetleri (%8) ve hemen sonrasında okuma alışkanlığı ve kitap ulaşılabilirliğini arttırmaya yönelik faaliyetler (%6) olduğu görülmektedir. Eğitim faaliyetleri içerisinde yer alan bilimsel çabaların desteklenmesine yönelik faaliyetlere ise BİST 50 Endeksi içerisinde yer alan işletmelerin yer vermedikleri görülmektedir.

BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları toplum sağlığına yönelik faaliyet türlerine ilişkin analiz sonucu Grafik 25'te paylaşılmıştır.

Grafik 25: BİST 50 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Toplum Sağlığına Yönelik Faaliyet Türleri



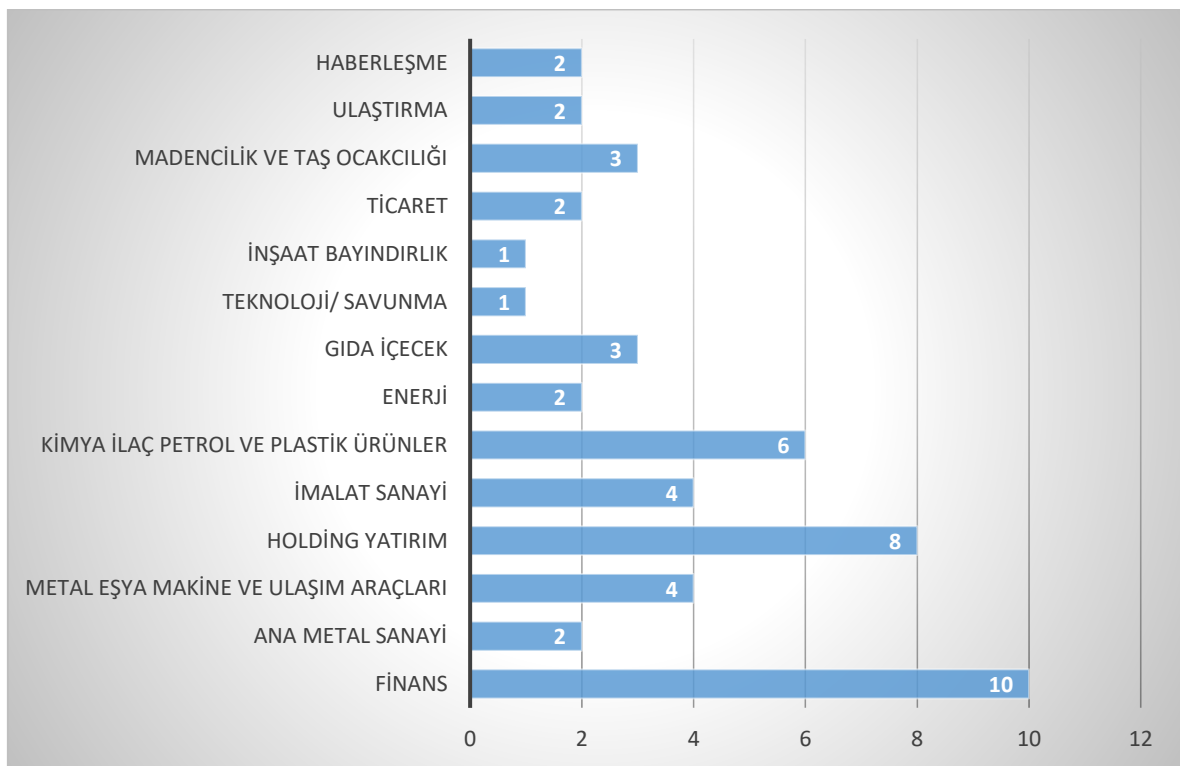
Grafik 25'te BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından toplum sağlığı faaliyetleri kapsamında genel olarak toplum sağlığını iyileştirmeyi amaçlayan faaliyetler (%50) ile dezavantajlı grupların rehabilite edilmesine yönelik faaliyetlere (%50) eşit düzeyde yoğunlaştıkları anlaşılmaktadır.

BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında enerji verimliliğine yönelik faaliyet türlerine düşük yoğunlukta yer vermelerinden dolayı işletmelerin bu faaliyetleri grafik içinde yer bulamamıştır. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından enerji verimliliği faaliyetleri kapsamında en fazla enerji verimliliğini artırmaya yönelik faaliyetlere yer verdikleri ve temiz enerji bilincinin oluşturulmasına yönelik faaliyetlere yer vermedikleri tespit edilmiştir.

3.4.4.4.BİST 50 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sektör Açısından Analiz Edilmesi

BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör dağılımları ve sektörler açısından yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri tespit edilmeye çalışılmıştır. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör dağılımları Grafik 26'da paylaşılmıştır.

Grafik 26: BİST 50 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Sektör Dağılımları



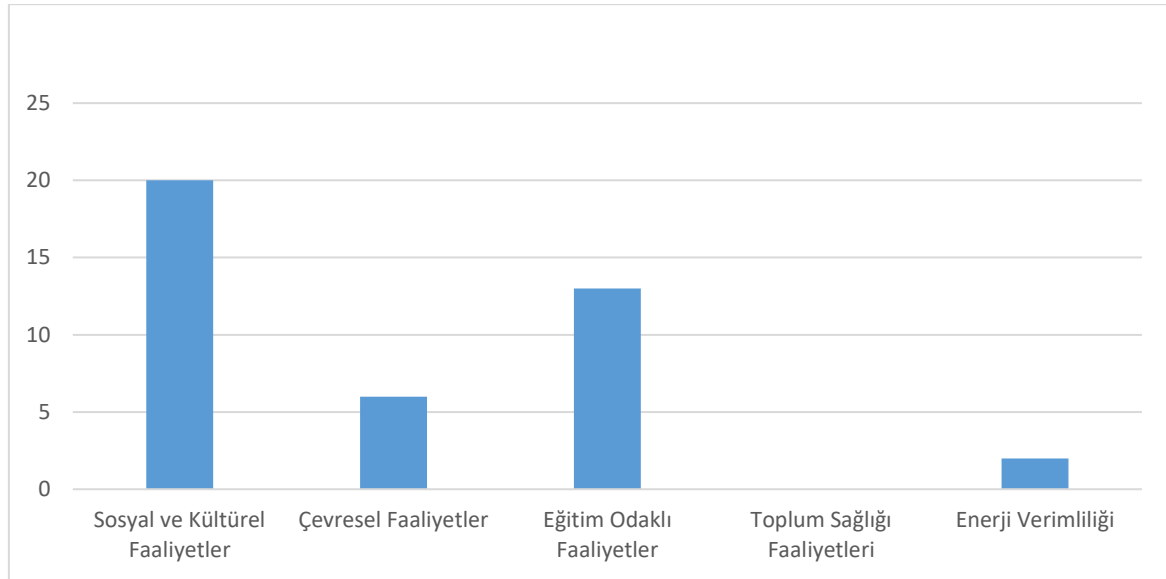
Grafik 26'da BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin en fazla finans sektöründe (10 İşletme) faaliyet yürüttükleri görülmektedir. Finans sektöründen sonra en fazla faaliyet yürütülen sektörün ise holding yatırım (8 İşletme) sektörü olduğu görülmektedir. Holding yatırım sektörünü ise kimya ilaç petrol ve plastik ürünler (6 İşletme) sektörü izlemektedir. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin en az ise inşaat bayındırlık

(1 İşletme) sektöründe ve teknoloji/savunma (1 İşletme) sektöründe faaliyet yürüttükleri görülmektedir.

BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör açısından kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında hangi faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda analiz edilen veriler aşağıda yer almaktadır.

BİST 50 Endeksinde yer alan finans sektörüne ait toplam 10 işletmeden 9 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 9 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 27’de paylaşılmıştır.

Grafik 27: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Finans Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

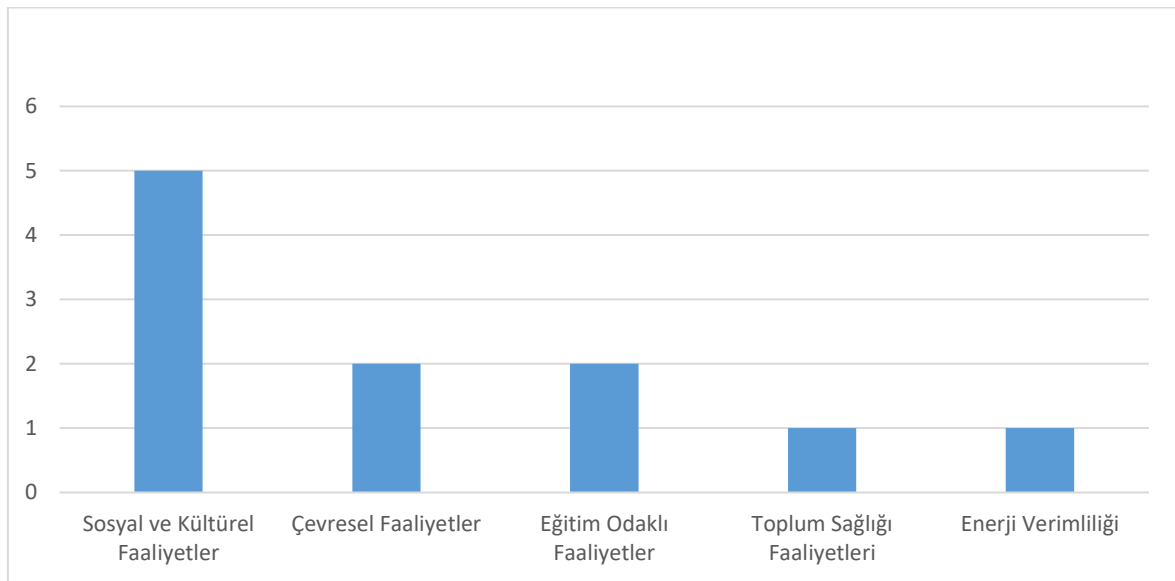


Grafik 27’de BİST 50 Endeksi içinde yer alan finans sektörü işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (20 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Finans sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (13 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri çevresel faaliyetler (6 farklı faaliyet içeriği) takip etmektedir. Çevresel

faaliyetlerden sonra azda olsa yer verilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Finans sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri enerji verimliliğine yönelik faaliyetlerdir. Toplum sağlığına yönelik faaliyetlere ise BİST 50 endeksinde yer alan finans sektörüne ait işletmelerin yer vermediği görülmektedir.

BİST 50 Endeksinde yer alan ana metal sanayi sektörüne ait toplam 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 28’de paylaşılmıştır.

Grafik 28: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Ana Metal Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

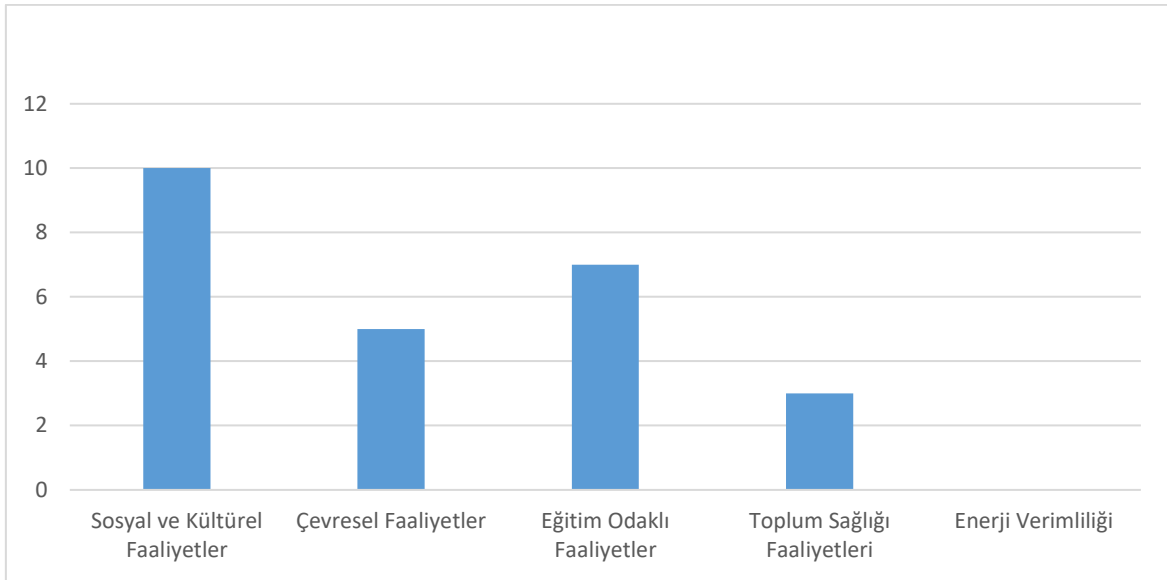


Grafik 28’de BİST 50 Endeksi içinde yer alan ana metal sanayi sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (5 farklı faaliyet içeriği) yer verdikleri görülmektedir. Ana metal sanayi sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) ve çevresel

faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Ana metal sanayi sektöründe yer alan işletmelerin en az yer verdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplum sağlığına yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) ile enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir.

BİST 50 Endeksinde yer alan metal eşya makine ve ulaşım araçları sektörüne ait toplam 4 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 4 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 29'da paylaşılmıştır.

Grafik 29: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Metal Eşya Makine ve Ulaşım Araçları Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

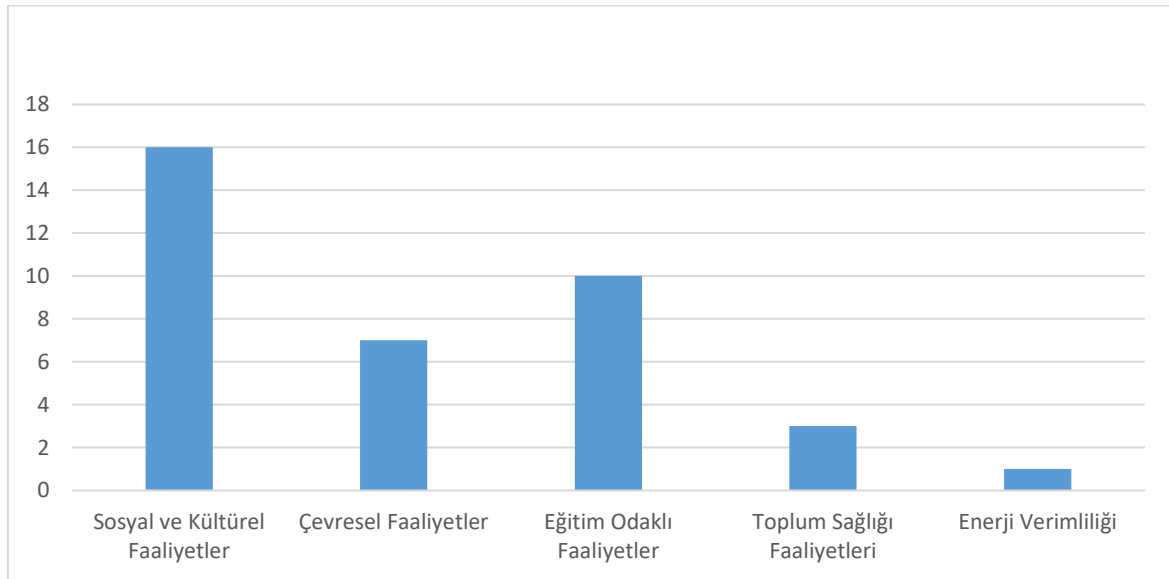


Grafik 29'da BİST 50 Endeksi içinde yer alan metal eşya makine ve ulaşım araçları sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (10 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Metal eşya makine ve ulaşım araçları sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (7 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri çevresel faaliyetler (5 farklı

faaliyet içeriği) ve toplum sağlığına yönelik faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) takip etmektedir. Metal eşya makine ve ulaşım araçları sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri toplum sağlığına yönelik faaliyetlerdir. Metal eşya makine ve ulaşım araçları sektöründe yer alan işletmeler enerji verimliliğine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 50 Endeksinde yer alan holding yatırım sektörüne ait toplam 8 işletmeden 7 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 7 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 30'da paylaşılmıştır.

Grafik 30: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Holding Yatırım Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

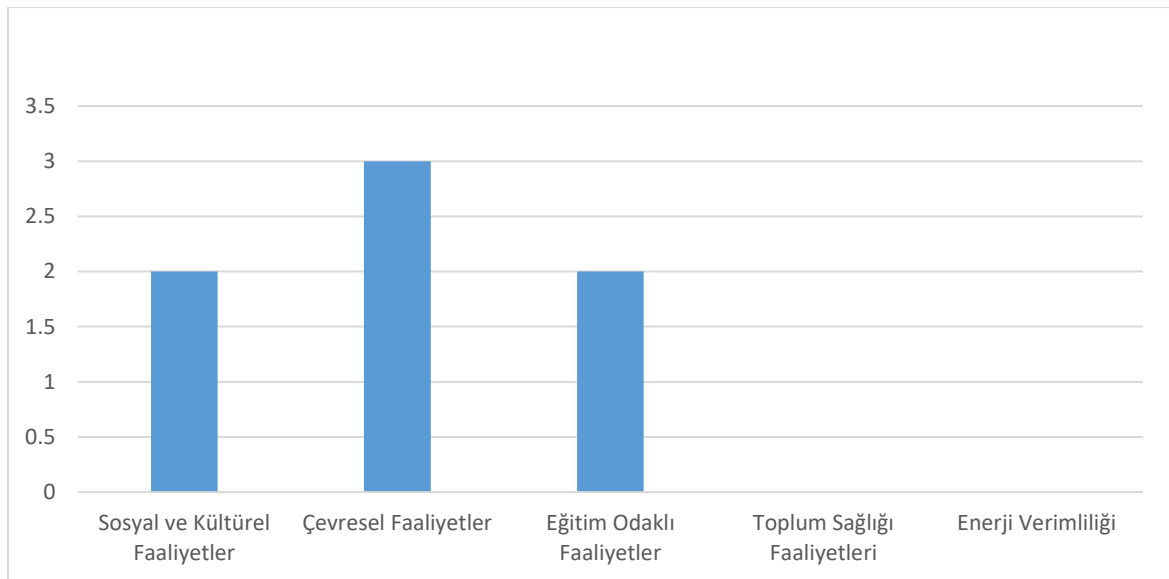


Grafik 30'da BİST 50 Endeksi içinde yer alan holding yatırım sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (16 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Holding yatırım sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (10 farklı faaliyet içeriği) olduğu

görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri çevresel faaliyetler (7 farklı faaliyet içeriği) takip etmektedir. Çevresel faaliyetlerden sonra en fazla yer verilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin toplum sağlığına yönelik faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Holding yatırım sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir.

BİST 50 Endeksinde yer alan imalat sanayi sektörüne ait toplam 4 işletmeden 3 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 3 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 31’de paylaşılmıştır.

Grafik 31: BİST 50 Endeksinde Yer Alan İmalat Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

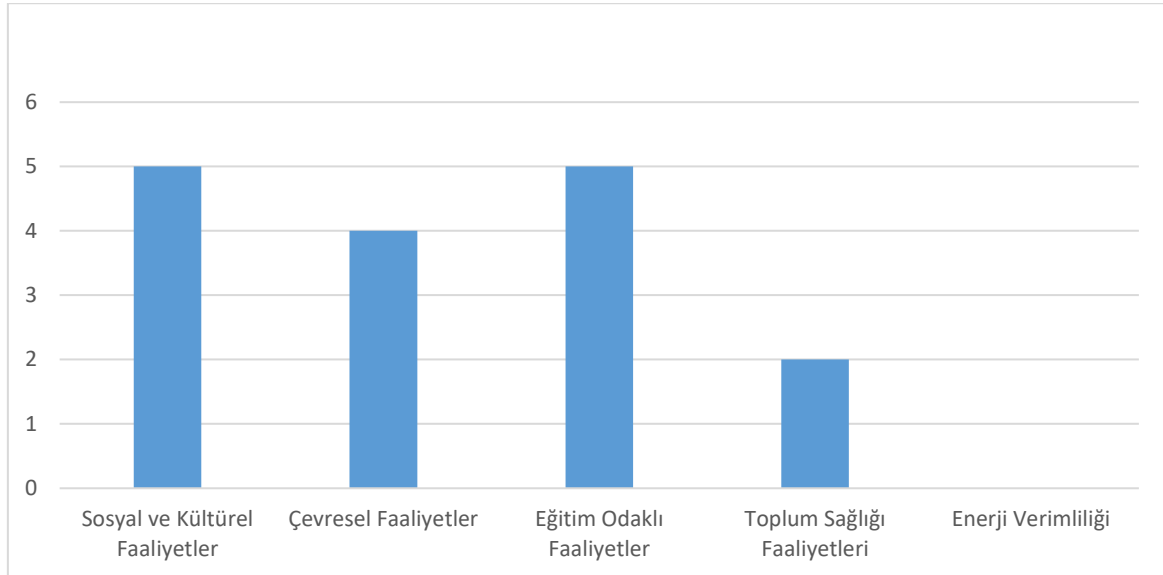


Grafik 31’de BİST 50 Endeksi içinde yer alan imalat sanayi sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla çevresel faaliyetlere (3 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. İmalat sanayi sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (2 farklı

faaliyet içeriği) ile sosyal ve kültürel faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Bu sektörde yer alan işletmeler toplum sağlığına yönelik faaliyetler ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetler gerçekleştirmemiştir.

BİST 50 Endeksinde yer alan kimya ilaç petrol ve plastik ürünler sektörüne ait toplam 6 işletmeden 5 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 5 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 32’de paylaşılmıştır.

Grafik 32: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Kimya İlaç Petrol Lastik ve Plastik Ürünler Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

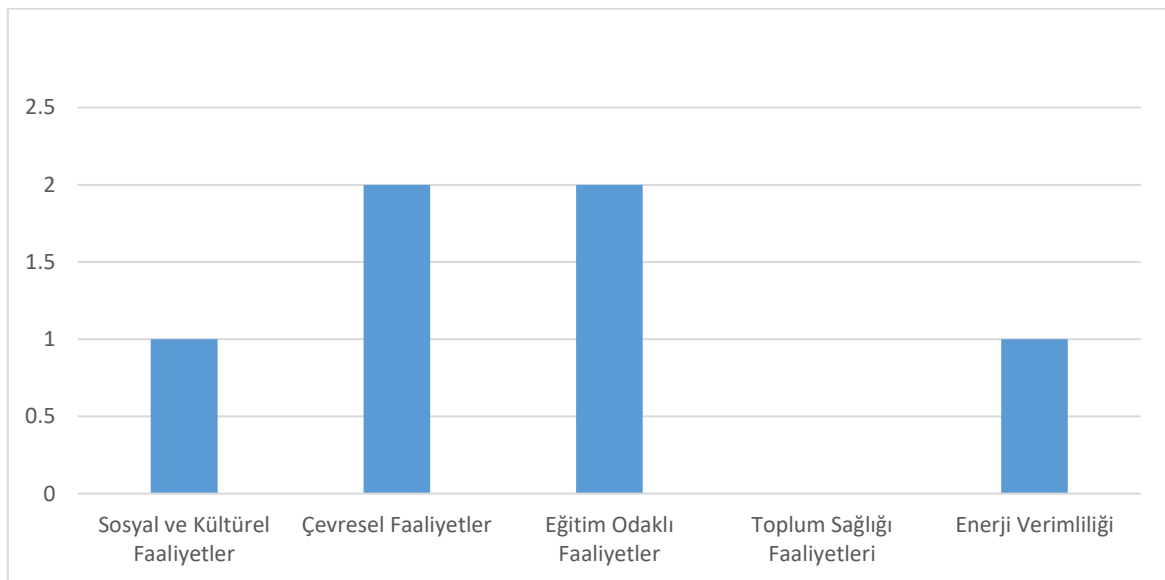


Grafik 32’de BİST 50 Endeksi içinde yer alan kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetler (5 farklı faaliyet içeriği) ile eğitim odaklı faaliyetlere (5 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin çevresel faaliyetler (4 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Kimya ilaç petrol ve plastik ürünler sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplum sağlığına yönelik

faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Kimya ilaç petrol ve plastik ürünler sektöründe yer alan işletmeler enerji verimliliğine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 50 Endeksinde yer alan enerji sektörüne ait toplam 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 33'te paylaşılmıştır.

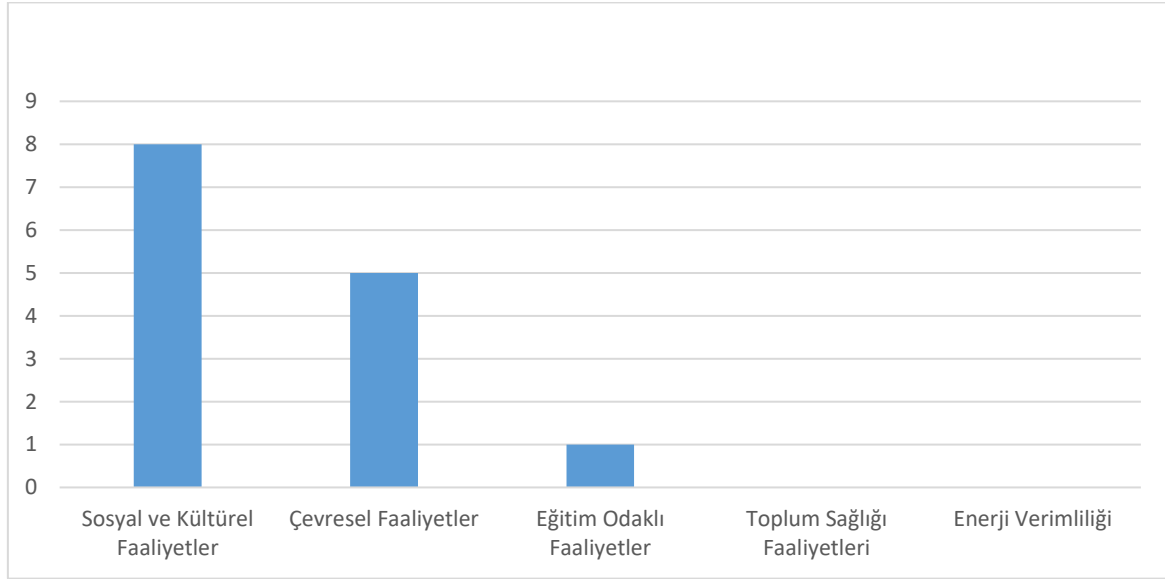
Grafik 33: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Enerji Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 33'te BİST 50 Endeksi içinde yer alan enerji sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla eğitim odaklı faaliyetlere (2 farklı faaliyet içeriği) ve çevresel faaliyetlere (2 farklı faaliyet içeriği) yer verdikleri görülmektedir. Enerji sektöründe yer alan işletmelerin en az yer verdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sosyal ve kültürel faaliyetler (1 faaliyet içeriği) ile enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Enerji sektöründe yer alan işletmeler toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 50 Endeksinde yer alan gıda içecek sektörüne ait toplam 3 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 3 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 34'te paylaşılmıştır.

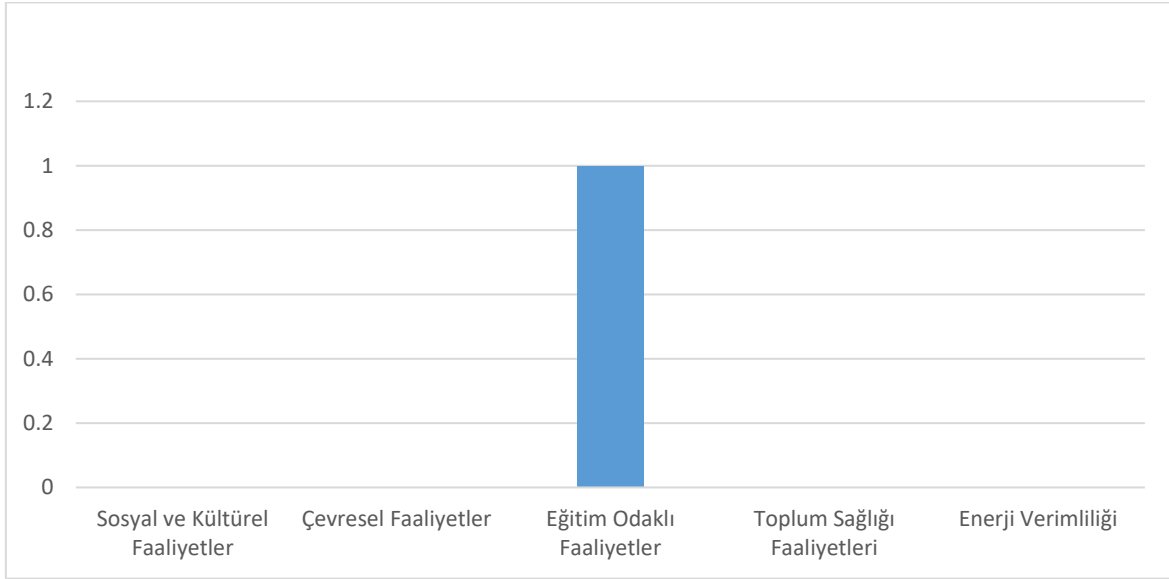
Grafik 34: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Gıda İçecek Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 34'te BİST 50 Endeksi içinde yer alan gıda içecek sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetler (8 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin çevresel faaliyetler (5 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Gıda içecek sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin eğitim odaklı faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Toplum sağlığına yönelik faaliyetler ile enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere gıda içecek sektöründe yer alan işletmelerin yer vermediği görülmektedir.

BİST 50 Endeksinde yer alan teknoloji (savunma) sektörüne ait toplam 1 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 1 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 35’te paylaşılmıştır.

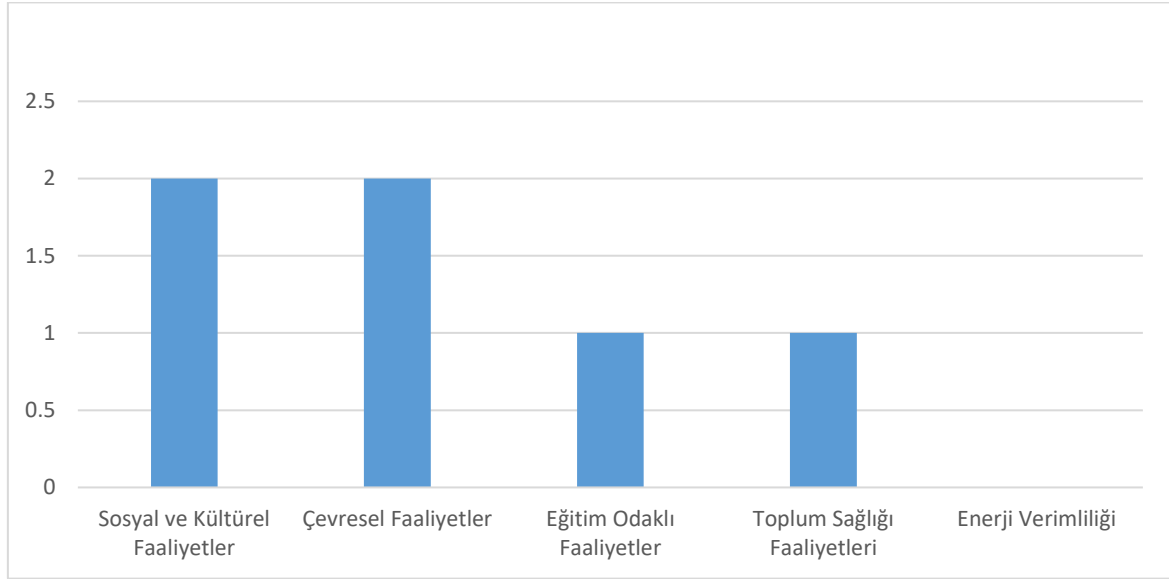
Grafik 35: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Teknoloji (Savunma) Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 35’te BİST 50 Endeksi içinde yer alan teknoloji (savunma) sektörüne ait işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla eğitim odaklı faaliyetlere (8 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştığı görülmektedir. Teknoloji (savunma) sektöründe yer alan işletmenin sosyal ve kültürel faaliyetlere, çevresel faaliyetlere, toplum sağlığına yönelik faaliyetlere ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere yer vermediği tespit edilmiştir.

BİST 50 Endeksinde yer alan inşaat bayındırlık sektörüne ait toplam 1 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 1 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 36'da paylaşılmıştır.

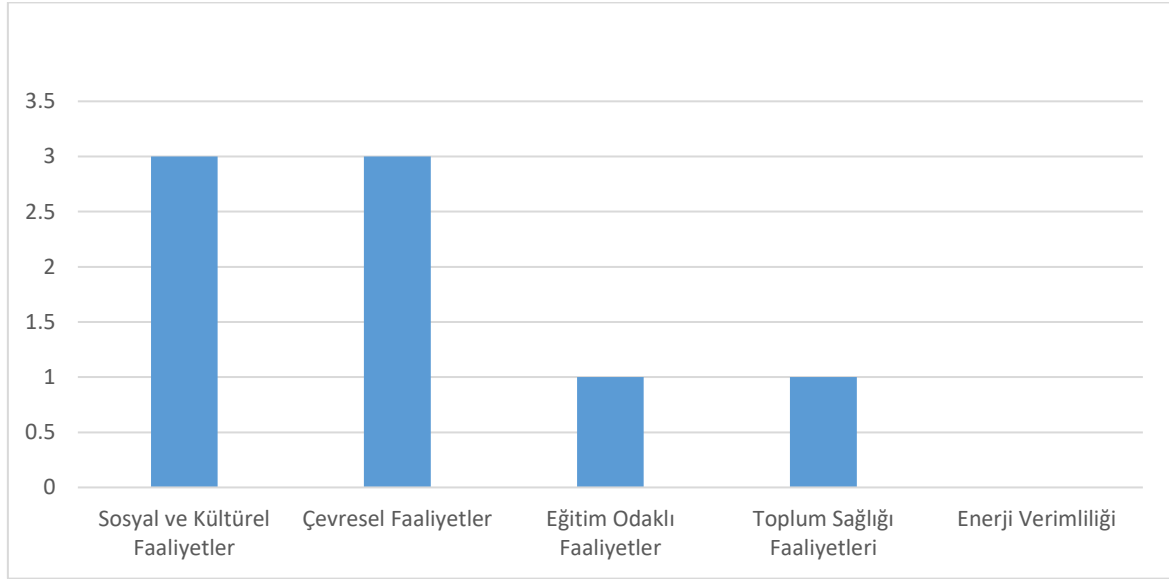
Grafik 36: BİST 50 Endeksinde Yer Alan İnşaat Bayındırlık Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 36'da BİST 50 Endeksi içinde yer alan inşaat bayındırlık sektörüne ait işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) ile çevresel faaliyetlere (2 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştığı görülmektedir. İnşaat bayındırlık sektöründe yer alan işletmenin en az yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin eğitim odaklı faaliyetler (1 faaliyet içeriği) ile toplum sağlığına yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere bu sektörde yer alan işletmenin yer vermediği görülmektedir.

BİST 50 Endeksinde yer alan ticaret sektörüne ait toplam 2 işletmeden 1 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 1 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 37’de paylaşılmıştır.

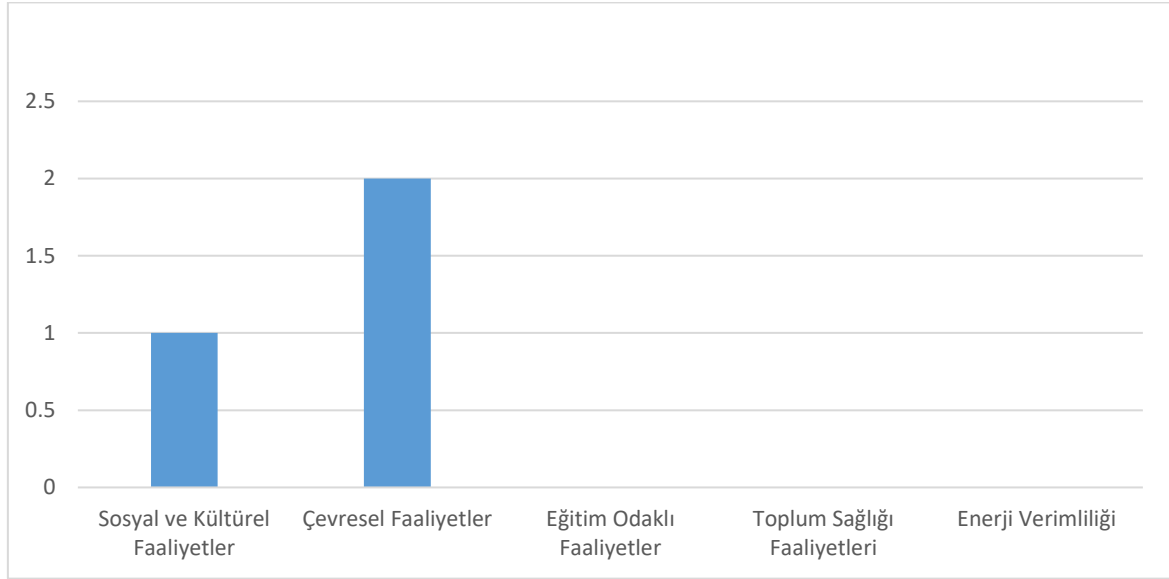
Grafik 37: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Ticaret Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 37’de BİST 50 Endeksi içinde yer alan ticaret sektörüne ait işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) ile çevresel faaliyetlere (3 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştığı görülmektedir. Ticaret sektöründe yer alan işletmenin en az yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin eğitim odaklı faaliyetler (1 faaliyet içeriği) ile toplum sağlığına yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere ticaret sektöründe yer alan işletmenin yer vermediği tespit edilmiştir.

BİST 50 Endeksinde yer alan ulaştırma sektörüne ait toplam 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 38’de paylaşılmıştır.

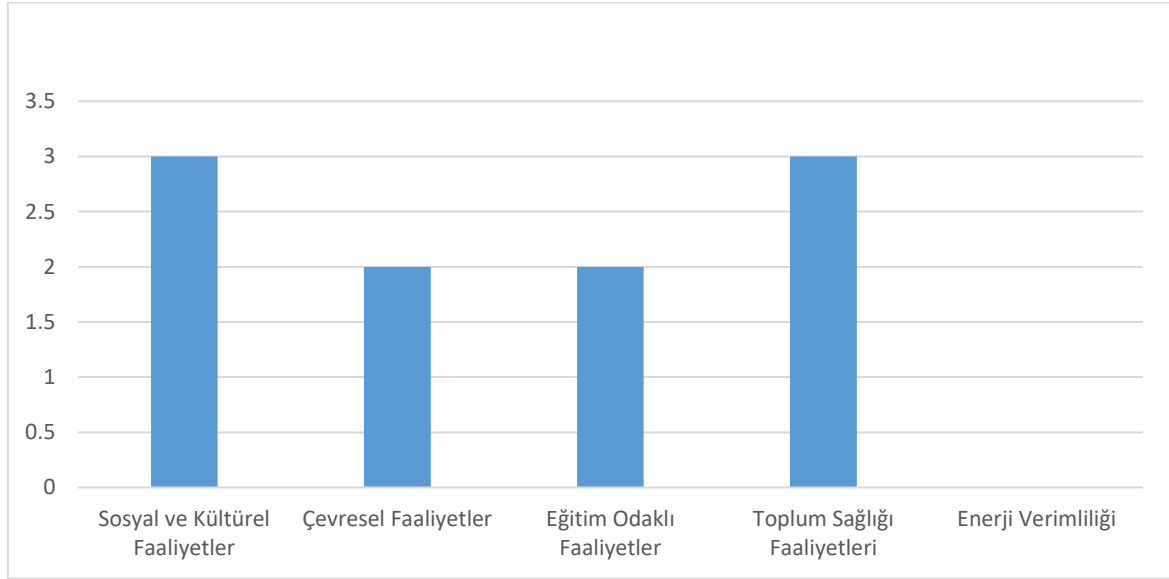
Grafik 38: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Ulaştırma Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 38’de BİST 50 Endeksi içinde yer alan ulaştırma sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla çevresel faaliyetlere (2 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu sektörde yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sosyal ve kültürel faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Ulaştırma sektöründe yer alan işletmeler eğitim odaklı faaliyetlere, toplum sağlığına yönelik faaliyetlere ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere yer vermemişlerdir.

BİST 50 Endeksinde yer alan haberleşme sektörüne ait toplam 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 39'da paylaşılmıştır.

Grafik 39: BİST 50 Endeksinde Yer Alan Haberleşme Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 39'da BİST 50 Endeksi içinde yer alan haberleşme sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) ile toplum sağlığına yönelik faaliyetlere (3 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu sektörde yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları faaliyetlerin çevresel faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) ve eğitim odaklı faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Haberleşme sektöründe yer alan işletmeler enerji verimliliğine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

Madencilik ve Taş Ocakçılığı sektöründe yer alan toplam 3 işletmenin 2018-2019 yılına ait sürdürülebilirlik raporları bulunmadığı ve kurumsal web sitelerinde 2018-

2019 yıllarına ait kurumsal sosyal sorumluluk adı altında faaliyetlerine yer verilmediğinden dolayı bu sektör içerisinde yer alan işletmeler araştırma kapsamına alınmamışlardır.

Tablo 13’de BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin 2018-2019 dönemlerine ait kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yürütmüş oldukları projelerin, vermiş oldukları desteklerin, yapmış oldukları çalışmaların ana kategorilere ve alt kategorilere göre dağılımları yapılmıştır. BİST 30 Endeksinde yer alan ve 2018-2019 dönemlerine ait kurumsal web sitelerinde KSS uygulamaları adı altında paylaşılan uygulamaları ve sürdürülebilirlik raporları bulunan 26 işletme Tablo 13’de paylaşılmıştır.

Tablo 13: BİST 30 Endeksindeki İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tablosu

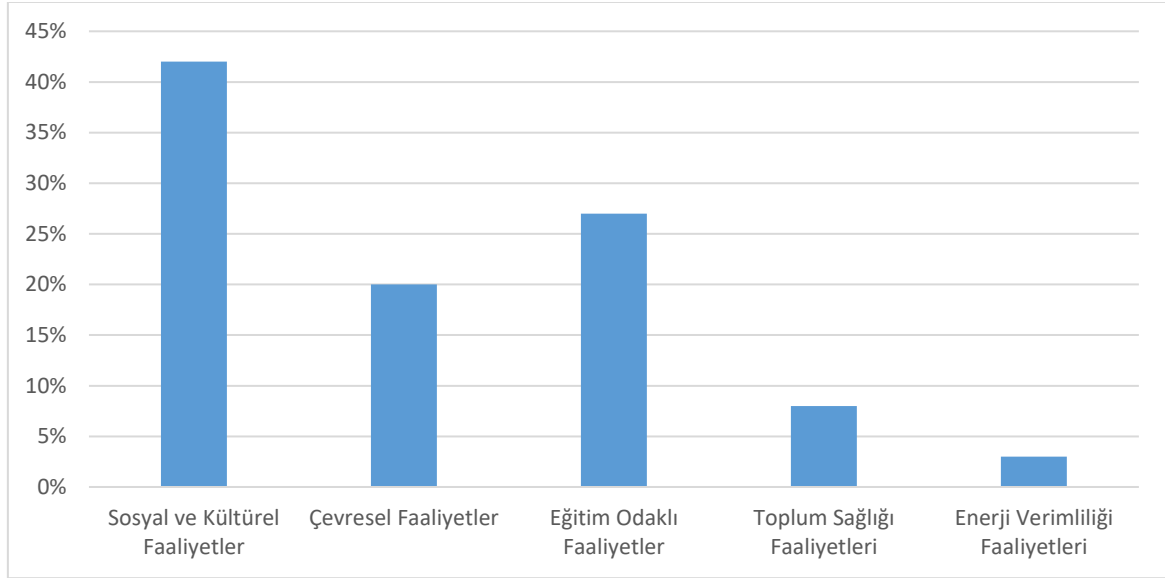
	İŞLETMELER	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Eğitim Odaklı Faaliyetler	Toplum Sağlığı Faaliyetleri	Enerji Verimliliği Faaliyetleri
1	AKBANK	a1		c5		
2	ARÇELİK	a3	b1	c1, c5, c4, c6		
3	ASELSAN ELEKTRONİK			c5		
4	DOĞAN HOLDİNG	a3, a8				
5	EMLAK KONUT	a8				
6	EREGLİ DEMİR Ç.	a1, a4, a8	b1, b2	c5		e1
7	HACI ÖMER SABANCI H.	a1, a7		c1, c6		
8	KARDEMİR KARABÜK D.	a1, a4		c5	d1	
9	KOÇ HOLDİNG	a1, a3, a4, a5, a8	b1, b2	c5, c6	d1	
10	PEGASUS	a4				
11	PETKİM	a5, a7				
12	SODA SANAYİİ		b1, b2			

13	TEKFEN HOLDİNG	a1, a2, a6	b1, b2	c5, c6	d2	
14	TOFAŞ OTO.	a1, a4, a5, a7, a8		c5	d2	
15	TRAKYA CAM		b1	c5		
16	TURKCELL	a5, a7	b1, b2	c1, c6	d2	
17	TÜPRAŞ	a1	b1, b2	c1, c6	d1, d2	
18	TÜRK HAVA YOLLARI		b1, b2			
19	TÜRK TELEKOM.	a7			d1, d2	
20	TÜRKİYE GARANTİ BANKASI	a1		c4, c5		
21	TÜRKİYE HALKBANK.	a1, a3, a4, a6	b3	c3		e1
22	TÜRKİYE İŞ BANKASI	a1, a5, a7, a8	b1	c1, c3, c6		
23	T.S.K.B.	a1, a3, a8	b2	c5		e1
24	TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM	a1, a5	b1, b2	c5, c6		
25	TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI	a5, a8	b1	c6		
26	YAPI VE KREDİ	a4, a1, a8	b2, b3	c1, c5, c6		

Tablo 13 içerisinde yer alan 4 işletmenin 2018-2019 yılına ait kurumsal internet (web) sitesinde sürdürülebilirlik raporlarının bulunmaması veya 2018-2019 yılına ait kurumsal internet (web) sitesinde kurumsal sosyal sorumluluk adı altında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bulunmadığından dolayı verilerine ulaşılamamıştır.

Tablo 13’de yer alan BİST 30 Endeksindeki işletmelerin yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin genel değerlendirme Grafik 40’da paylaşılmıştır.

Grafik 40: BİST 30 İşletmelerinin Genel Olarak Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri



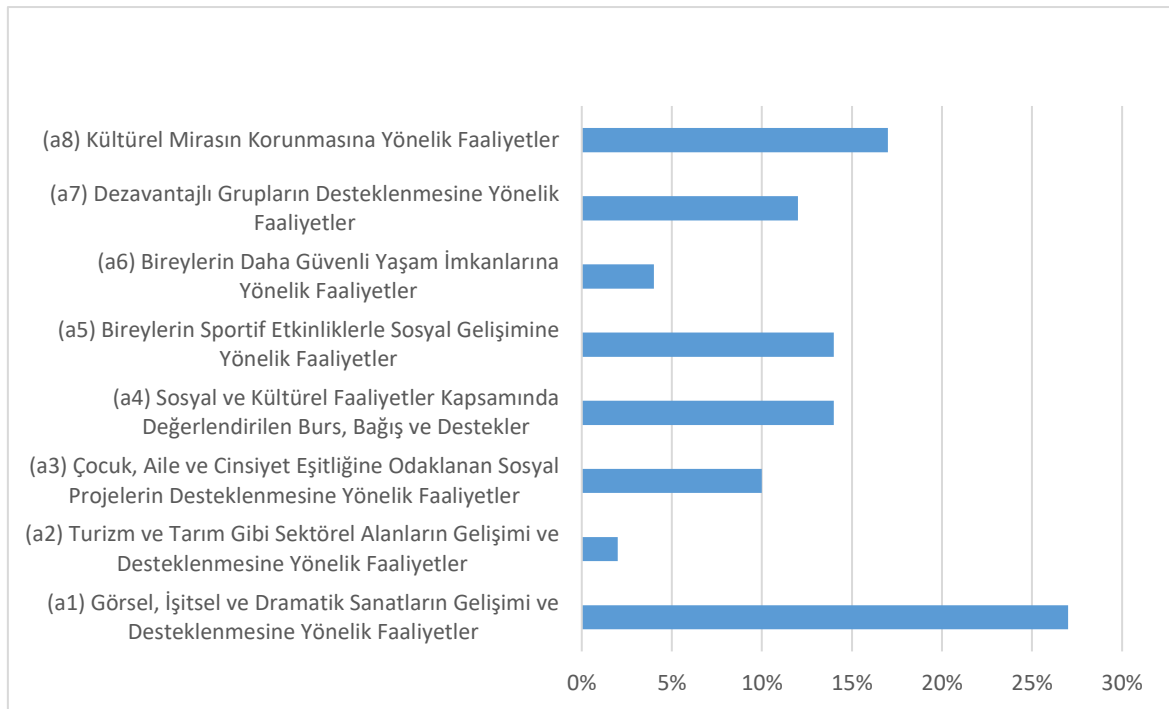
Grafik 40’da yer alan BİST 30 Endeksindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin genel olarak sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında yoğunlaştığı görülmektedir. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin %42’sinin (22 İşletme) kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında en az bir sosyal ve kültürel faaliyetlere; %27’sinin (19 İşletme) en az bir eğitim odaklı faaliyetlere; %20’sinin de (15 İşletme) en az bir çevresel faaliyetlere yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri görülmektedir. Yine bu işletmelerden %8’inin (7 İşletme) en az bir toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri ve %3’ünün de (3 İşletme) enerji verimliliği faaliyetlerine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine imza attıkları görülmektedir.

3.4.4.5.BİST 30 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Yoğunlaştıkları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyet Türlerinin Analiz Edilmesi

BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında ana kategorilerinin altında yer alan KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategorilere ne düzeyde yer verdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları sosyal ve kültürel faaliyet türlerine yönelik analiz sonucu Grafik 41’de paylaşılmıştır.

Grafik 41: BİST 30 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Sosyal ve Kültürel Faaliyet Türleri

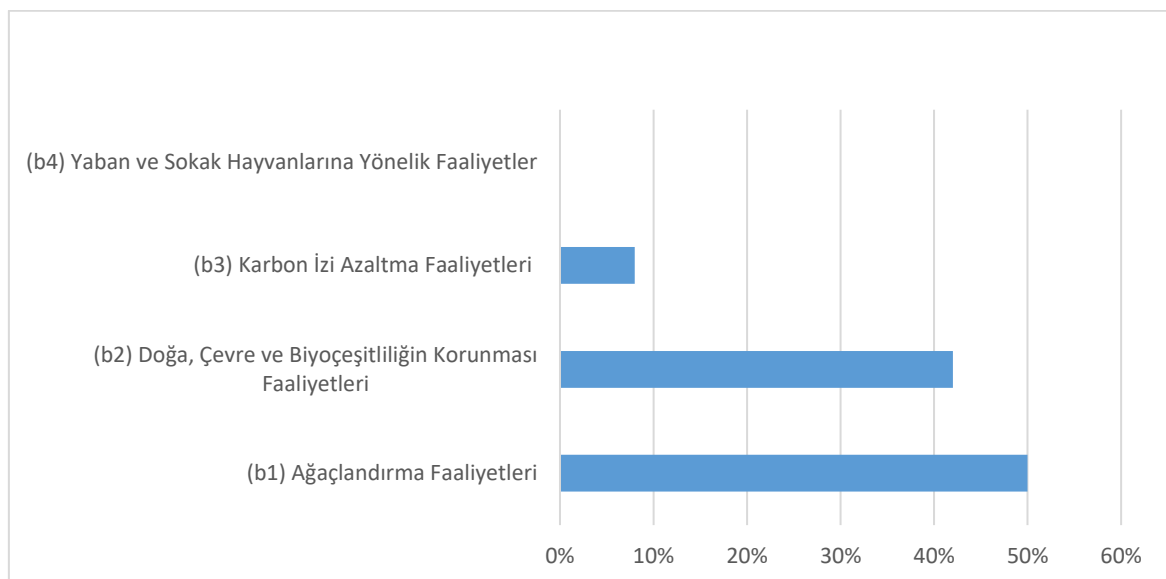


Grafik 41’de BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında en fazla görsel, işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere (%27) yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu faaliyetlerden sonra en fazla sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında kültürel mirasın korunmasına yönelik faaliyetlere (%17) ağırlık verdikleri

görülmektedir. Yine bu faaliyetlerden sonrada en fazla ağırlık verilen faaliyetler; sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında değerlendirilen burs, bağış ve desteklere yönelik faaliyetler (%14) ile bireylerin sportif etkinliklerle sosyal gelişimine yönelik faaliyetlerdir (%14). Bu faaliyetleri dezavantajlı grupların desteklenmesine yönelik faaliyetler (%12) ve çocuk, aile ve cinsiyet eşitliğine odaklanan sosyal projelerin desteklenmesine yönelik faaliyetler (%10) izlemektedir. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında diğer faaliyetlere göre bireylerin daha güvenli yaşam imkânlarına sahip olmalarına yönelik faaliyetlere (%4) daha az yer verdikleri görülmektedir. Sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında en az yer verilen faaliyet türünün ise turizm ve tarım gibi sektörel alanların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetler (%2) olduğu görülmektedir.

BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları çevresel faaliyet türlerine yönelik analiz sonucu Grafik 42’de paylaşılmıştır.

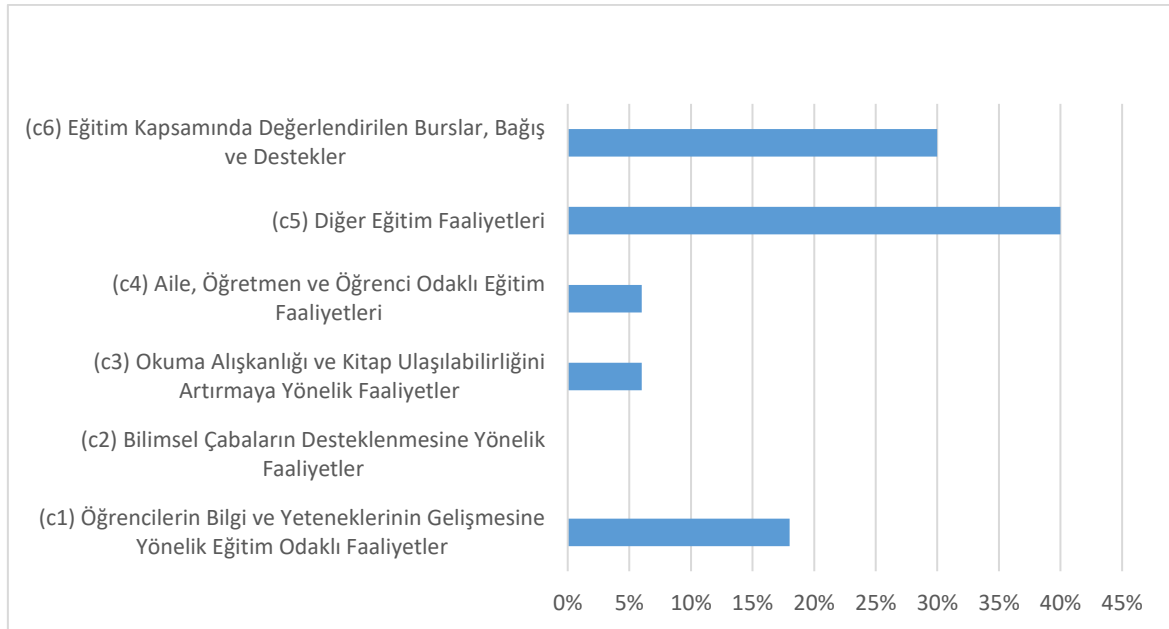
Grafik 42: BİST 30 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Çevresel Faaliyet Türleri



Grafik 42’de BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından çevresel faaliyetler kapsamında en fazla ağaçlandırma, fidan dikme ve orman geliştirme projelerine (%50) yer verildiği görülmektedir. Yine bu faaliyetlerden sonra en fazla doğa, çevre ve biyoçeşitliliğin korunması, çevre kirliliğinin önlenmesi ve atıkların geri dönüşümüne yönelik faaliyetlere (%42) yer verildiği görülmektedir. Bu faaliyetten sonrada en fazla karbon ayak izini azaltma faaliyetlerine (%8) yoğunlaştıkları görülmektedir. Çevre faaliyetleri kapsamında yaban ve sokak hayvanlarına yönelik faaliyetlere ise yoğunluk verilmediği görülmektedir.

BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları eğitim odaklı faaliyet türlerine yönelik analiz sonucu Grafik 43’te paylaşılmıştır.

Grafik 43: BİST 30 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Eğitim Odaklı Faaliyet Türleri

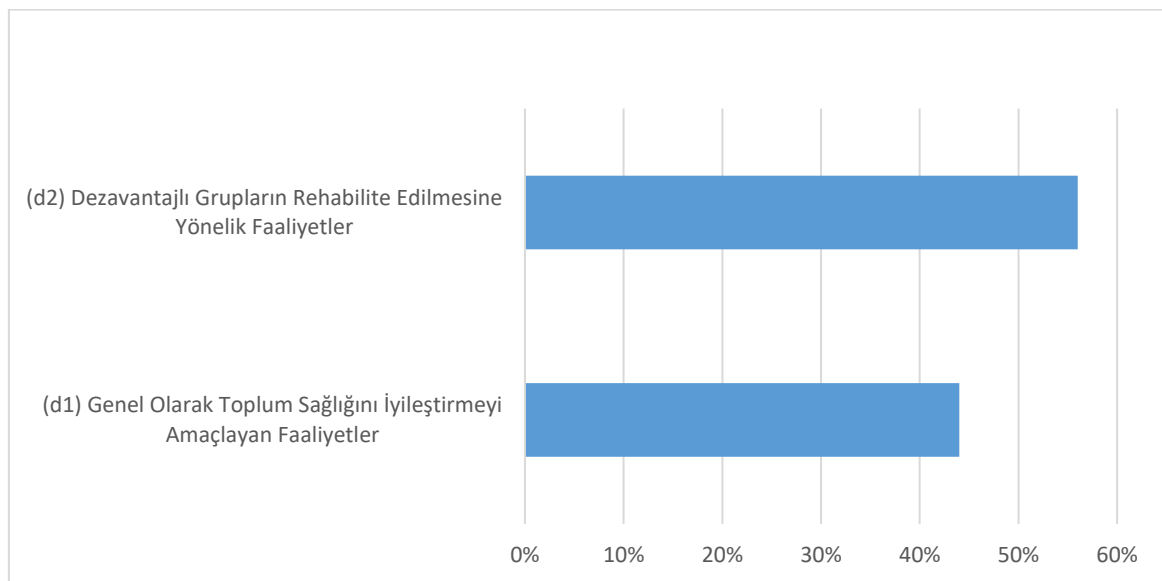


Grafik 43’te BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından eğitim faaliyetleri kapsamında en fazla diğer eğitim faaliyetlerine (%40) yer verdikleri görülmektedir. Diğer eğitim faaliyetleri içerisinde;

üniversite, vakıf ve derneklerle yürütülen öğrencilerin yetkinliklerini arttırmaya yönelik faaliyetler, kariyer programları, okullara ekipman desteklerinin sağlanmasına yönelik faaliyetler bulunmaktadır. Diğer eğitim faaliyetlerinden sonra işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açısından eğitim faaliyetleri kapsamında en fazla eğitim kapsamında değerlendirilen burs, bağış ve desteklere yönelik faaliyetlere (%30) yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu yoğunlaşmayı öğrencilerin bilgi ve yeteneklerinin geliştirilmesine yönelik eğitim odaklı faaliyetlerin (%18) izlediği görülmektedir. Bu faaliyetlerden sonra da en fazla yoğunlaşma okuma alışkanlığı ve kitap ulaşılabilirliğini arttırmaya yönelik faaliyetlerdir (%6). Bu faaliyetleri de aile, öğretmen ve öğrenci odaklı eğitim faaliyetleri (%6) takip etmektedir. Eğitim faaliyetleri kapsamında işletmelerin bilimsel çabaların desteklenmesine yönelik faaliyetlere yoğunluk vermedikleri tespit edilmiştir.

BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yoğunlaştıkları toplum sağlığına yönelik faaliyet türlerine ilişkin analiz sonucu Grafik 44'te paylaşılmıştır.

Grafik 44: BİST 30 İşletmelerinin Yoğunlaştığı Toplum Sağlığına Yönelik Faaliyet Türleri



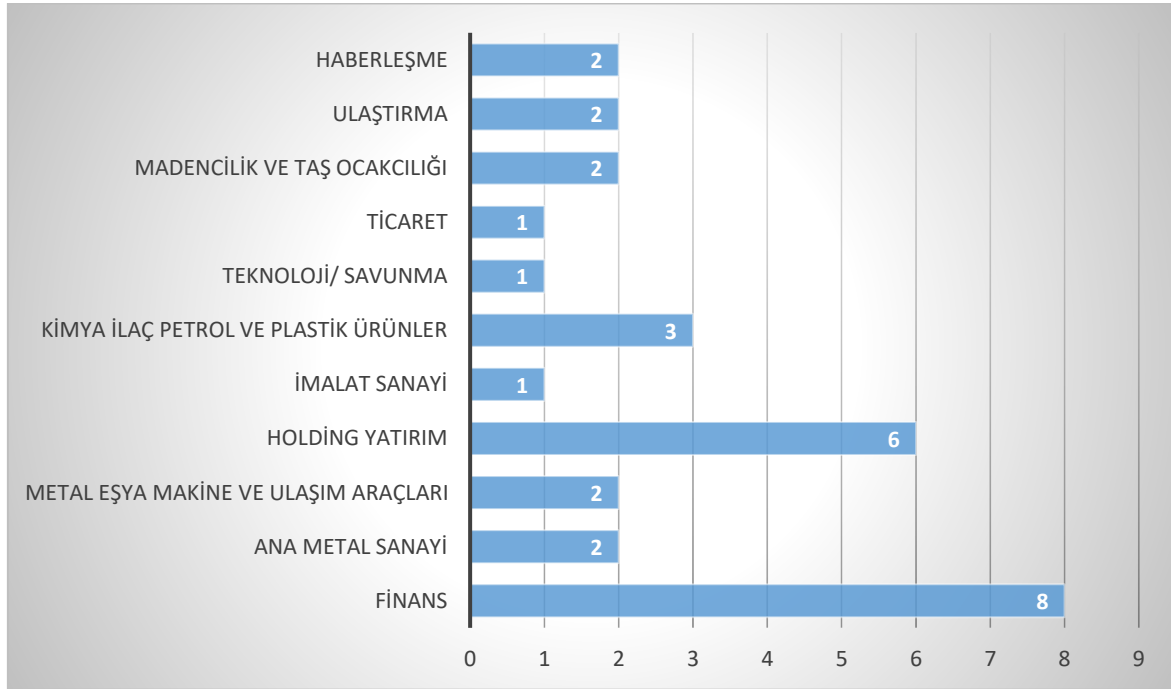
Grafik 44'te BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından toplum sağlığına yönelik faaliyetler kapsamında en fazla dezavantajlı grupların rehabilite edilmesine yönelik faaliyetlere (%56) yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu faaliyetlerden sonra en fazla toplum sağlığını iyileştirmeyi amaçlayan faaliyetlere (%44) yer verdikleri görülmektedir.

BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında enerji verimliliğine yönelik faaliyet türlerine düşük yoğunlukta yer vermelerinden dolayı işletmelerin bu faaliyetleri grafik içinde yer bulamamıştır. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından enerji verimliliği faaliyetleri kapsamında en fazla enerji verimliliğini artırmaya yönelik faaliyetlere yer verdikleri ancak temiz enerji bilincinin oluşturulmasına yönelik faaliyetlere işletmelerin yer vermedikleri tespit edilmiştir.

3.4.4.6.BİST 30 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sektör Açısından Analiz Edilmesi

BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör dağılımları ve sektörler açısından yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri tespit edilmeye çalışılmıştır. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör dağılımları Grafik 45'te paylaşılmıştır.

Grafik 45: BİST 30 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Sektör Dağılımları

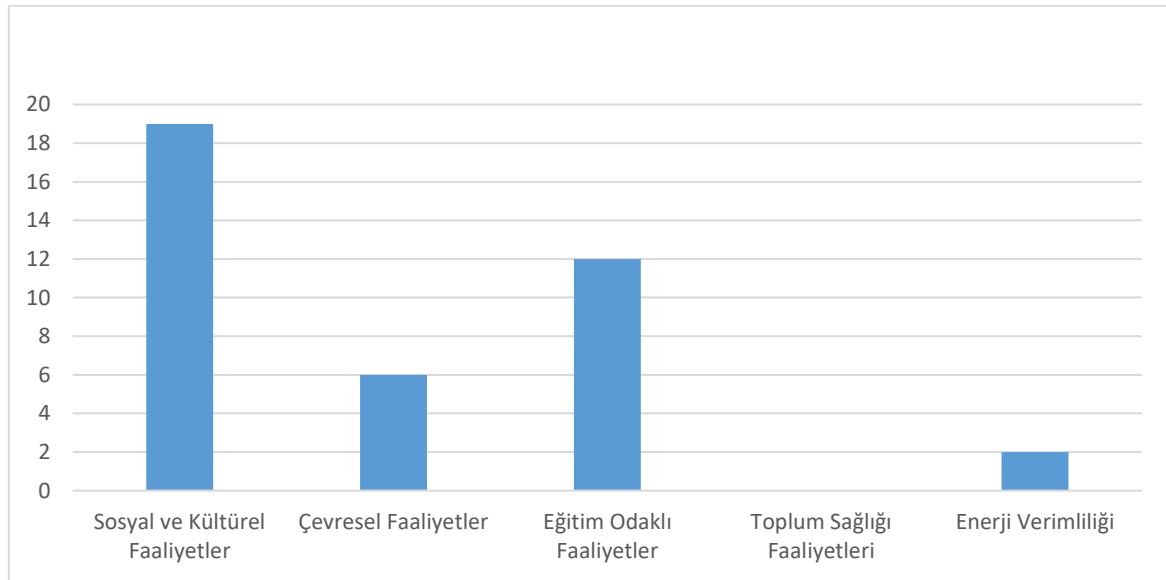


Grafik 45'te BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin en fazla finans sektöründe (8 İşletme) faaliyet yürüttükleri görülmektedir. Finans sektörünü ise holding yatırım (6 İşletme) ve kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler (3 İşletme) sektörleri izlemektedir. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin en az ise imalat sanayi (1 İşletme), ticaret (1 İşletme) ve Teknoloji/Savunma sektörlerinde faaliyet yürüttükleri görülmektedir.

BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör açısından kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında hangi faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda analiz edilen veriler aşağıda yer almaktadır.

BİST 30 Endeksinde yer alan finans sektörüne ait toplam 8 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 8 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 46’da paylaşılmıştır.

Grafik 46: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Finans Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

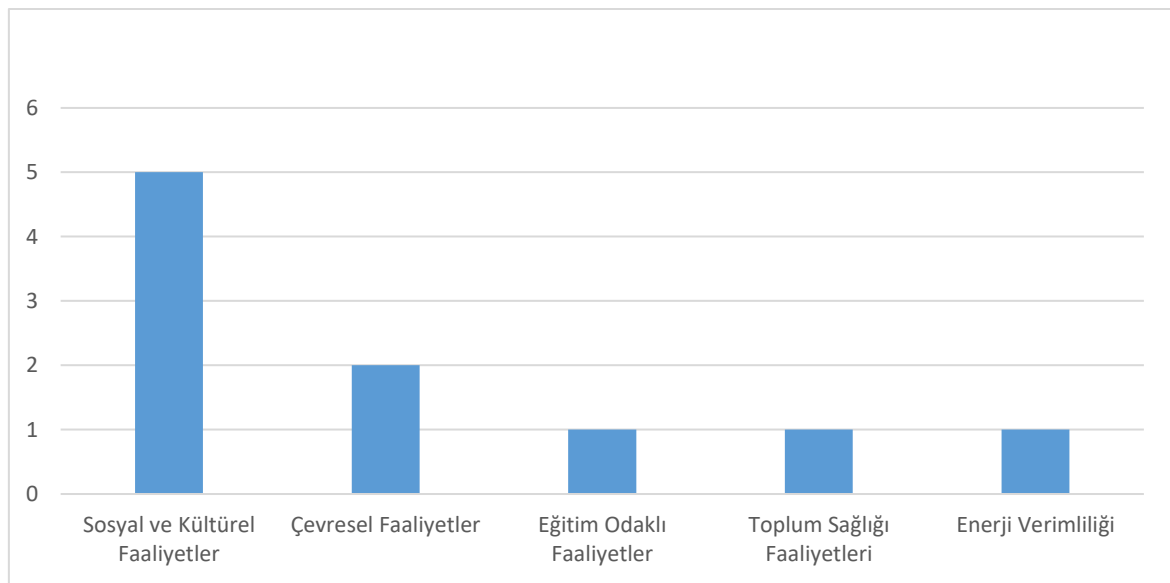


Grafik 46’da BİST 30 Endeksi içinde yer alan finans sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (19 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Finans sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (12 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri çevresel faaliyetler (6 farklı faaliyet içeriği) takip etmektedir. Bu sektörde yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Finans

sektöründe yer alan işletmeler toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 30 Endeksinde yer alan ana metal sanayi sektörüne ait toplam 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 47’de paylaşılmıştır.

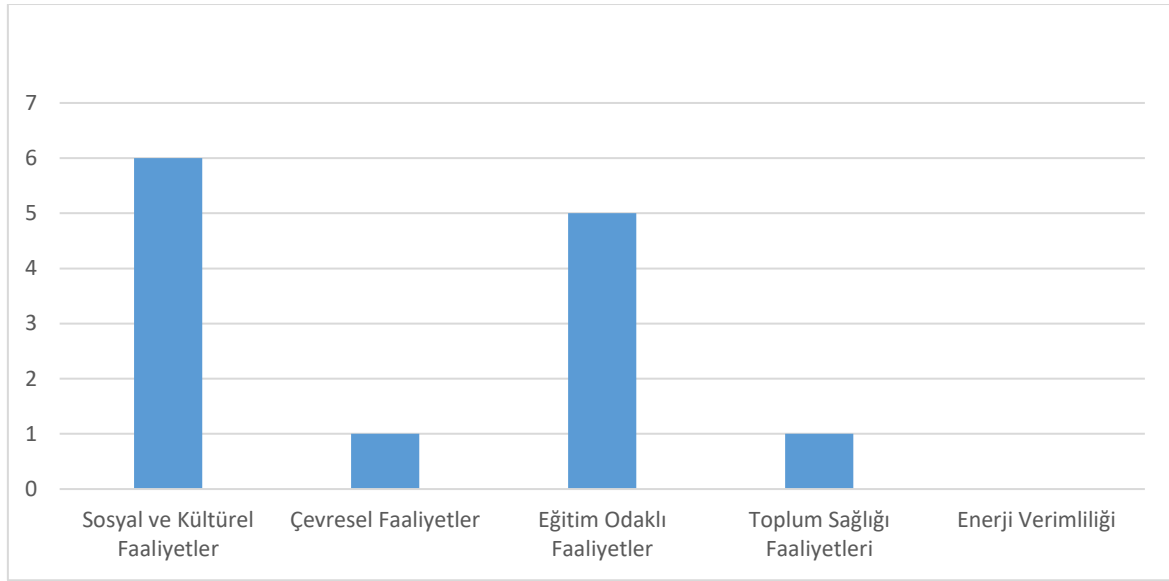
Grafik 47: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Ana Metal Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 47’de BİST 30 Endeksi içinde yer alan ana metal sanayi sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (5 farklı faaliyet içeriği) yer verdikleri görülmektedir. Ana metal sanayi sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin çevresel faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Ana metal sanayi sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin eğitim odaklı faaliyetler (1 faaliyet içeriği), toplum sağlığına yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir.

BİST 30 Endeksinde yer alan metal eşya makine ve ulaşım araçları sektörüne ait toplam 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 48’de paylaşılmıştır.

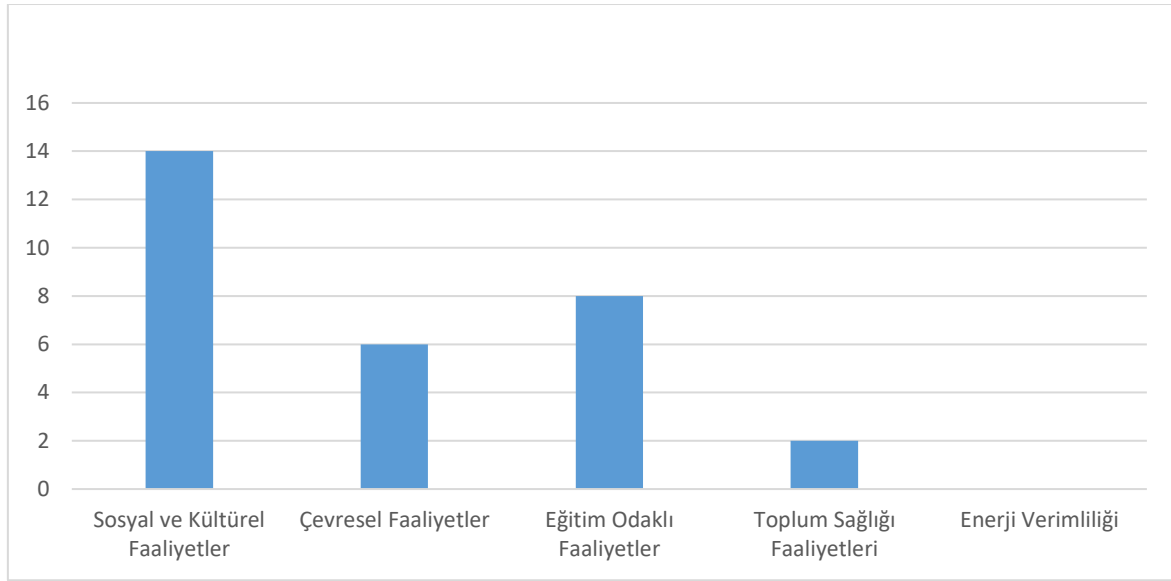
Grafik 48: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Metal Eşya Makine ve Ulaşım Araçları Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 48’de BİST 30 Endeksi içinde yer alan metal eşya makine ve ulaşım araçları sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (6 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Metal eşya makine ve ulaşım araçları sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (5 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Metal eşya makine ve ulaşım araçları sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çevresel faaliyetler (1 faaliyet içeriği) ile toplum sağlığına yönelik faaliyetler (1 faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Bu sektörde yer alan işletmeler enerji verimliliğine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 30 Endeksinde yer alan holding yatırım sektörüne ait toplam 6 işletmeden 5 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 5 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 49’da paylaşılmıştır.

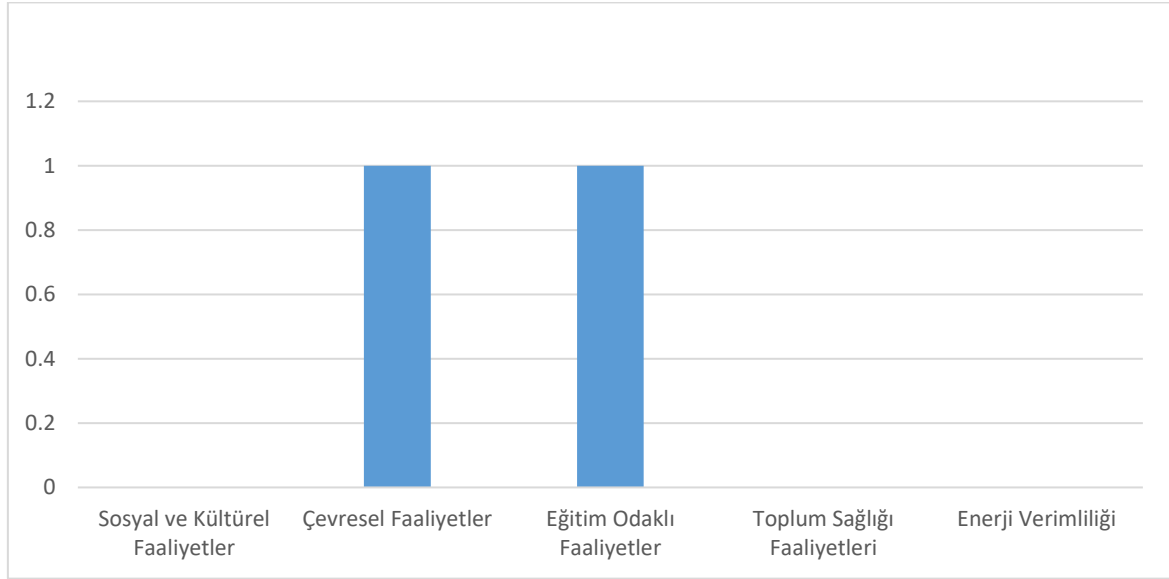
Grafik 49: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Holding Yatırım Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 49’da BİST 30 Endeksi içinde yer alan holding yatırım sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (14 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Holding yatırım sektöründe yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin eğitim odaklı faaliyetler (8 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Eğitim odaklı faaliyetleri çevresel faaliyetler (6 farklı faaliyet içeriği) takip etmektedir. Holding yatırım sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplum sağlığına yönelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Bu sektörde yer alan işletmeler enerji verimliliğine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 30 Endeksinde yer alan imalat sanayi sektörüne ait toplam 1 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 1 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 50’de paylaşılmıştır.

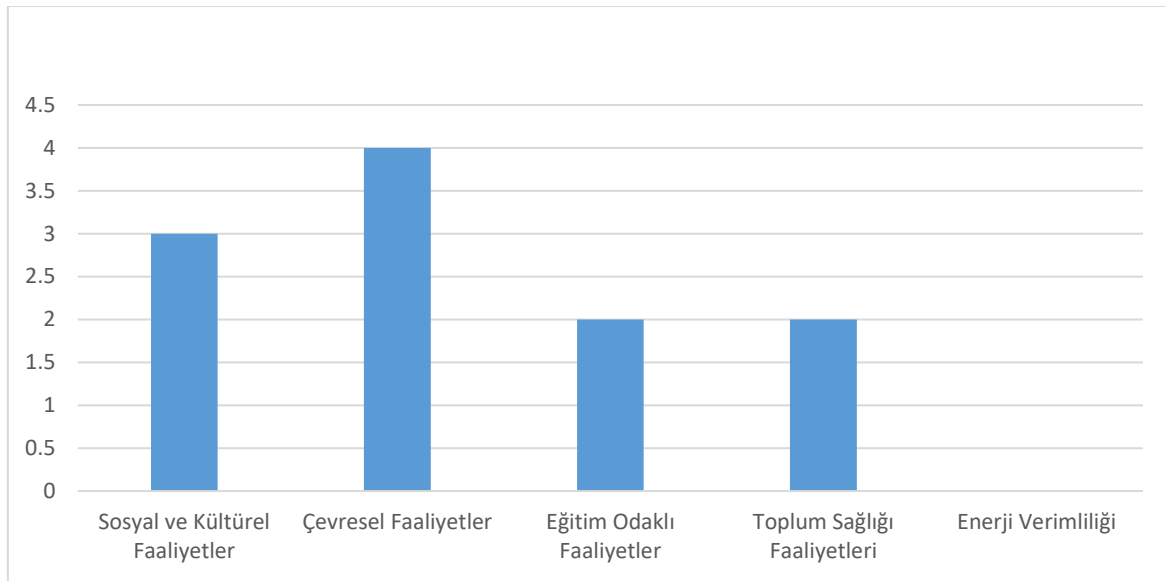
Grafik 50: BİST 30 Endeksinde Yer Alan İmalat Sanayi Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 50’de BİST 30 Endeksi içinde yer alan imalat sanayi sektörüne ait işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla çevresel faaliyetlere (1 faaliyet içeriği) ve eğitim odaklı faaliyetlere (1 faaliyet içeriği) yoğunlaştığı görülmektedir. İmalat sanayi sektöründe yer alan işletmenin sosyal ve kültürel faaliyetlere, toplum sağlığına yönelik faaliyetlere ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere yer vermediği tespit edilmiştir.

BİST 30 Endeksinde yer alan kimya ilaç petrol ve plastik ürünler sektörüne ait toplam 3 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 3 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 51’de paylaşılmıştır.

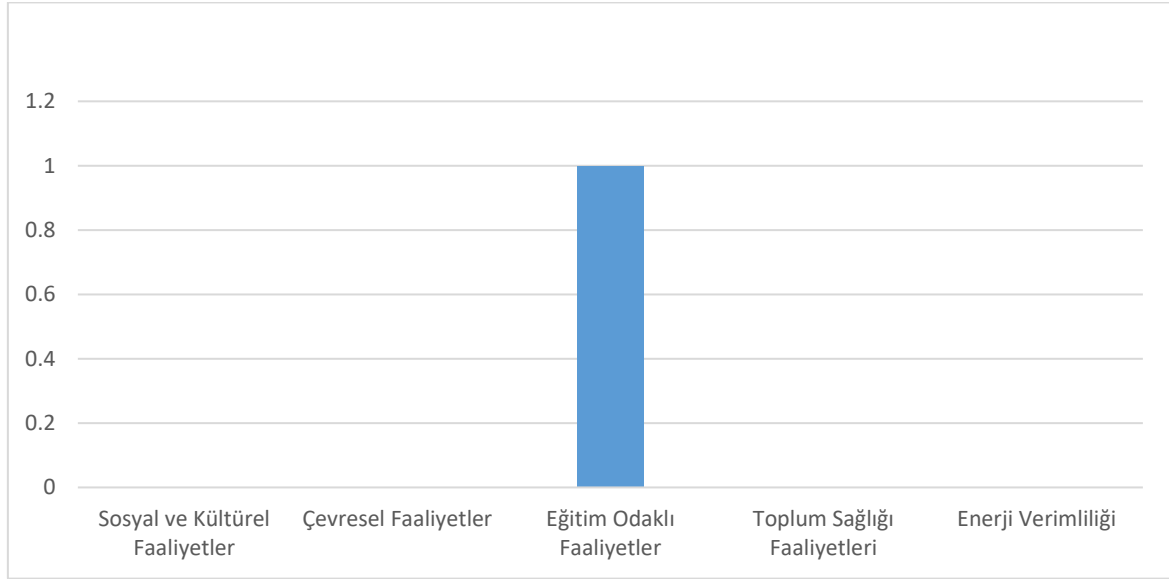
Grafik 51: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Kimya İlaç Petrol Lastik ve Plastik Ürünler Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 51’de BİST 30 Endeksi içinde yer alan kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla çevresel faaliyetlere (4 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Çevresel faaliyetlerden sonra en fazla yoğunlaştıkları faaliyetlerin sosyal ve kültürel faaliyetler (3 farklı faaliyet içeriği) olduğu görülmektedir. Kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler sektöründe yer alan işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin eğitim odaklı faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) ve toplum sağlığına yönelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler sektöründe yer alan işletmeler enerji verimliliğine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmemiştir.

BİST 30 Endeksinde yer alan teknoloji (savunma) sektörüne ait toplam 1 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 1 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 52’de paylaşılmıştır.

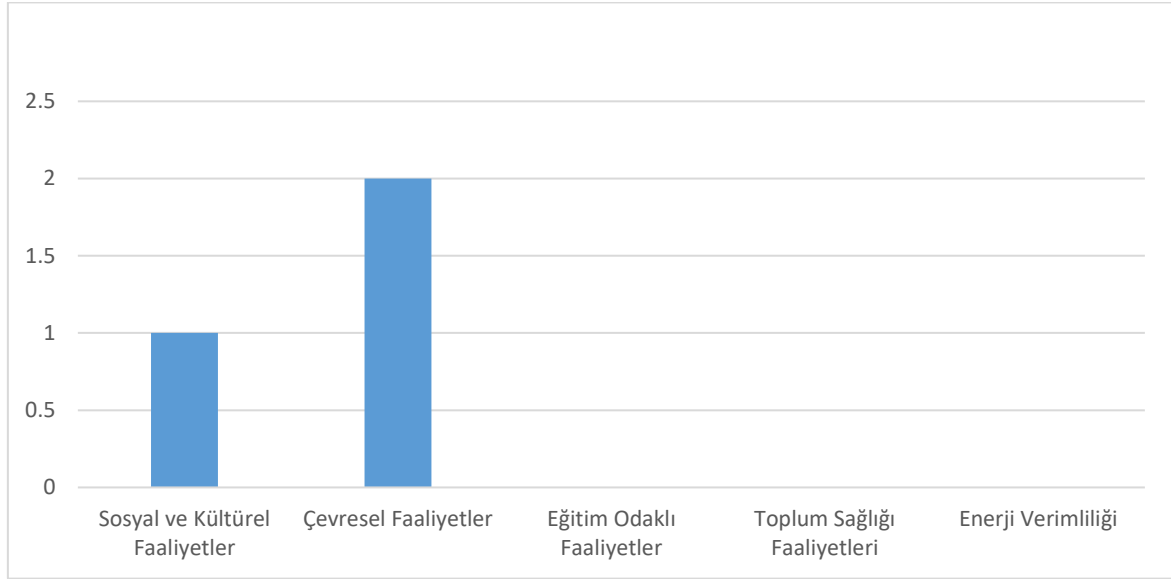
Grafik 52: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Teknoloji (Savunma) Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 52’de BİST 30 Endeksi içinde yer alan teknoloji (savunma) sektörüne ait işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında sadece eğitim odaklı faaliyetlere (1 faaliyet içeriği) yer verdiği tespit edilmiştir. Teknoloji (savunma) sektöründe yer alan işletmenin sosyal ve kültürel faaliyetlere, çevresel faaliyetlere, toplum sağlığına yönelik faaliyetlere ve enerji verimliliğine yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer vermediği tespit edilmiştir.

BİST 30 Endeksinde yer alan ulaştırma sektörüne ait toplam 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 53'te paylaşılmıştır.

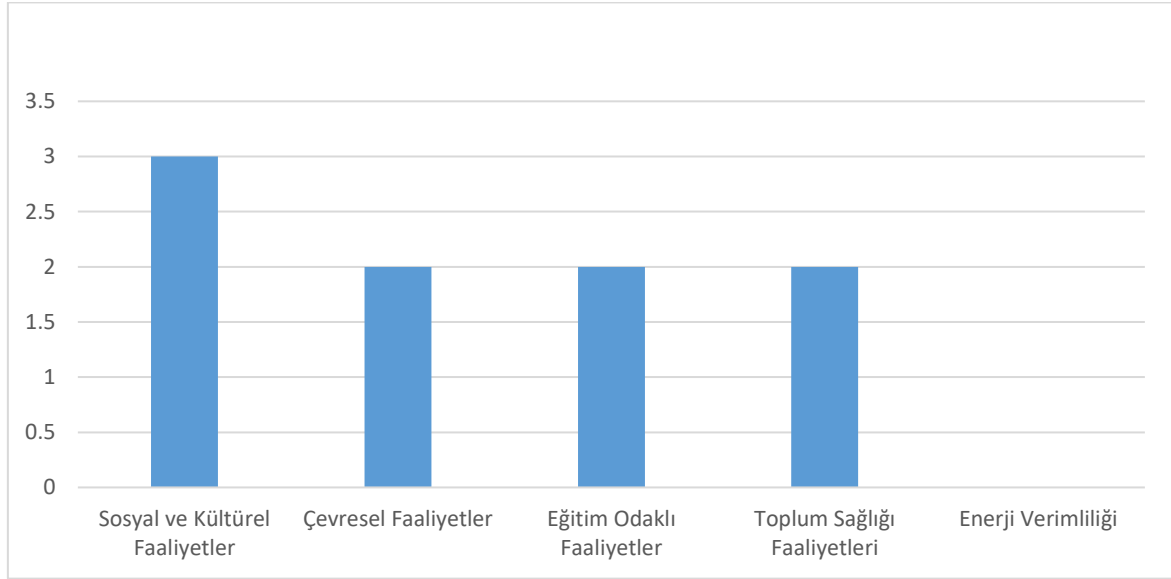
Grafik 53: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Ulaştırma Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 53'te BİST 30 Endeksi içinde yer alan ulaştırma sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla çevresel faaliyetlere (2 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıklarını görölmektedir. Bu sektörde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en az sosyal ve kültürel faaliyetlere (1 faaliyet içeriği) yoğunlaştıklarını tespit edilmiştir. Eğitim odaklı faaliyetler, toplum sağlığına yönelik faaliyetler ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere ise ulaştırma sektöründe yer alan işletmelerin yer vermediği görölmektedir.

BİST 30 Endeksinde yer alan haberleşme sektörüne ait toplam 2 işletme 2018-2019 dönemlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Bu 2 işletmenin yoğunlaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri Grafik 54’te paylaşılmıştır.

Grafik 54: BİST 30 Endeksinde Yer Alan Haberleşme Sektörü İşletmelerinin Yoğunlaştığı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri



Grafik 54’te BİST 30 Endeksi içinde yer alan haberleşme sektörüne ait işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında en fazla sosyal ve kültürel faaliyetlere (3 farklı faaliyet içeriği) yoğunlaştıkları görülmektedir. Sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra en fazla yer verilen faaliyetlerin çevresel faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği), eğitim odaklı faaliyetler (2 adet) ve toplum sağlığına yönelik faaliyetler (2 farklı faaliyet içeriği) olduğu tespit edilmiştir. Enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere ise yer vermedikleri görülmektedir.

Ticaret sektöründe yer alan toplam 1 işletmenin 2018-2019 yılına ait sürdürülebilirlik raporu bulunmadığından ve kurumsal web sitesinde 2018-2019 yıllarına ait kurumsal sosyal sorumluluk adı altında faaliyetlerine yer vermediğinden dolayı bu sektör içerisinde yer alan işletme araştırma kapsamına alınmamışlardır.

Madencilik ve Taş Ocakçılığı sektöründe yer alan toplam 2 işletmenin 2018-2019 yılına ait sürdürülebilirlik raporları bulunmadığı ve kurumsal web sitelerinde 2018-2019 yıllarına ait kurumsal sosyal sorumluluk adı altında faaliyetlerine yer verilmediğinden dolayı bu sektör içerisinde yer alan işletmeler araştırma kapsamına alınmamışlardır.

3.4.4.7. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinin KSS Faaliyet Türü

Yoğunluk Karşılaştırması

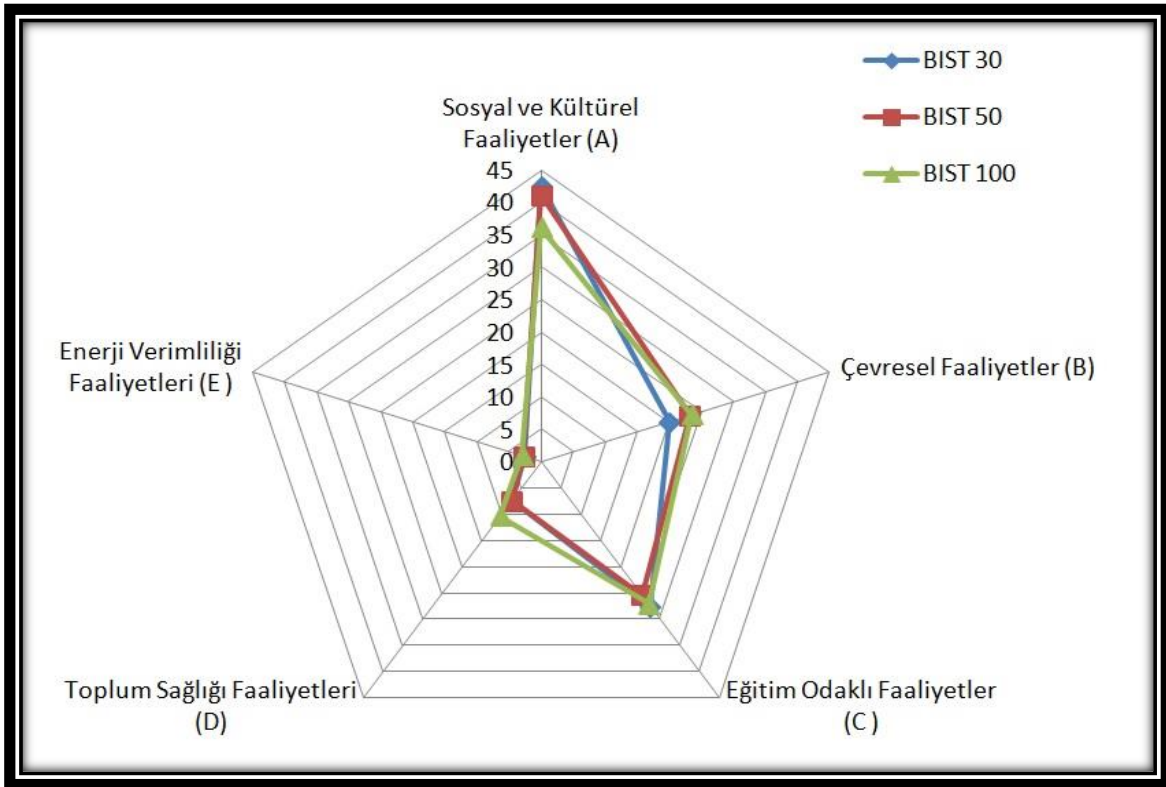
BİST 100 içinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet içeriği kapsamında hangi faaliyet türüne yoğunlaştıkları tema yoğunluğu açısından Tablo 14'te gösterilmiştir. BİST 30 Endeksinde yer alan işletmelerin yürüttükleri kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının %42,5'i Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere, %20'si Çevresel Faaliyetlere, %27,5'i Eğitim Odaklı Faaliyetlere, %7,5'i Toplum Sağlığı Faaliyetlerine ve %2,5'i Enerji Verimliliği Faaliyetlerine odaklanmıştır. BİST 50 Endeksinde yer alan işletmelerin yürüttükleri kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının %41,1'i Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere, %23,2'si Çevresel Faaliyetlere, %25,4'ü Eğitim Odaklı Faaliyetlere, %7,5'i Toplum Sağlığı Faaliyetlerine ve %2,8'i Enerji Verimliliği Faaliyetlerine odaklanmıştır. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin yürüttükleri kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının %36,1'i Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere, %23,5'i Çevresel Faaliyetlere, %27,1'i Eğitim Odaklı Faaliyetlere, %10,3'ü Toplum Sağlığı Faaliyetlerine ve %3'ü Enerji Verimliliği Faaliyetlerine odaklanmıştır.

Tablo 14: BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri KSS Faaliyet Yoğunlaşma Tablosu

KSS Faaliyet Türü	BİST 30	BİST 50	BİST 100
Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (A)	% 42,5	% 41,1	% 36,10
Çevresel Faaliyetler (B)	% 20	% 23,2	% 23,50
Eğitim Odaklı Faaliyetler (C)	% 27,5	% 25,4	% 27,10
Toplum Sağlığı Faaliyetleri (D)	% 7,5	% 7,5	% 10,30
Enerji Verimliliği Faaliyetleri (E)	% 2,5	% 2,8	% 3,00
TOPLAM	%100	%100	%100

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri içinde yer alan işletmelerin yoğunlaştıkları KSS faaliyetleri açısından genel olarak belirgin bir farklılığın bulunmadığı görülmektedir. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri içinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri içinde sosyal ve kültürel faaliyetlere sırasıyla %42,5, %41,1 ve %36,10 oranında yer verdikleri; çevresel faaliyetlere sırasıyla %20, %23,2 ve %23,5 oranında yer verdikleri; eğitim odaklı faaliyetlere sırasıyla %27,5, %25,4 ve %27,1 oranında yer verdikleri; toplum sağlığı faaliyetlerine sırasıyla %7,5, %7,5 ve %10,30 oranında yer verdikleri; enerji verimliliği faaliyetlerine %2,5, %2,8 ve %3 oranında yer verdikleri tespit edilmiştir.

Grafik 55: BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri KSS Faaliyet Yoğunlaşma Grafiği



Grafik 55'te endekslerin yoğunlaştıkları KSS faaliyet türü odak ve alanlarının birbirleriyle benzerlik taşıdığı görülmektedir. Yoğunlaşılacak KSS faaliyet türleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Bununla birlikte BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri içinde yer alan işletmelerin, Sosyal ve Kültürel faaliyet türüne yönelik kurumsal sosyal sorumluluk ağırlıkları karşılaştırıldığında; BİST 100 Endeksi ağırlığının BİST 30 ve BİST 50 Endekslerine göre daha düşük olduğu görülmektedir. Yine toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin Endeksler arasında benzer bir farklılığı yansıttığı görülmektedir. BİST 100 Endeksi ağırlığının BİST 30 ve BİST 50 Endekslerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu iki faaliyet türüne yönelik faaliyetlerde BİST 100 Endeksi faaliyet yoğunlaşmasının BİST 30 ve BİST 50 Endekslerine göre kısmen farklılık gösterdiği görülmektedir.

3.4.4.8.BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinin KSS Faaliyet Türlerinin Sektör Karşılaştırması

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri içinde yer alan işletmelerin sektör açısından kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet içeriği kapsamında hangi faaliyet türüne yoğunlaştıkları tema yoğunluğu açısından Tablo 15’te gösterilmiştir.

Tablo 15: BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde Yer Alan İşletmelerin Sektör Açısından Yoğunlaştıkları KSS Faaliyet Türleri

SEKTÖRLER	BİST 30	BİST 50	BİST 100
Finans	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Ana Metal Sanayi	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Metal Eşya Makine ve Ulaşım A.	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Holding Yatırım	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
İmalat Sanayi	Çevresel Faaliyetler, Eğitim Odaklı Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler
Kimya İlaç Petrol Lastik ve Plastik	Çevresel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Eğitim Odaklı Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Enerji		Çevresel Faaliyetler, Eğitim Odaklı Faaliyetler	Eğitim Odaklı Faaliyetler
Gıda İçecek		Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Teknoloji (bilişim/savunma)	Eğitim Odaklı Faaliyetler (savunma)	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (savunma)	Eğitim Odaklı Faaliyetler (bilişim ve savunma)
İnşaat Bayındırlık		Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Çevresel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Çevresel Faaliyetler

Ticaret		Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Çevresel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler
Ulaştırma	Çevresel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler	Çevresel Faaliyetler
Haberleşme	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Toplum Sağlığı Faaliyetleri	Sosyal ve Kültürel Faaliyetler, Toplum Sağlığı Faaliyetleri

Tablo 15’te BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletme sektörlerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri açısından genel olarak sırasıyla; Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere, Çevresel Faaliyetlere, Eğitim Odaklı Faaliyetlere ve Toplum Sağlığına Yönelik Faaliyetlere yoğunlaştıkları görülmektedir. Enerji Verimliliğine Yönelik Faaliyetler ise düşük yoğunlukta olduğu için tablo içinde yer bulamamıştır.

BİST 30 Endeksi kapsamında sosyal ve kültürel faaliyetlere; finans, ana metal sanayi, metal eşya makine ve ulaşım araçları, holding yatırım ve haberleşme sektör temsilcilerinin yoğunlaştıkları görülmektedir.

BİST 50 Endeksi kapsamında sosyal ve kültürel faaliyetlere; finans, ana metal sanayi, metal eşya makine ve ulaşım araçları, holding yatırım, kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler, gıda içecek, teknoloji, inşaat bayındırlık, ticaret ve haberleşme sektör temsilcilerinin yoğunlaştıkları görülmektedir.

BİST 100 Endeksi kapsamında sosyal ve kültürel faaliyetlere; finans, ana metal sanayi, metal eşya makine ve ulaşım araçları, holding yatırım, kimya ilaç lastik ve plastik ürünler, gıda içecek, inşaat bayındırlık, ticaret ve haberleşme sektör temsilcilerinin yoğunlaştıkları görülmektedir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan sektör temsilcileri karşılaştırıldığında sosyal ve kültürel faaliyet türleri açısından farklılıkların bulunduğu tespit

edilmiştir. BİST 30 endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri ile benzerlikler taşıdığı gözlemlenmiştir. Ancak, BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 Endeksi sektör temsilcilerine göre daha düşük yoğunlukta sosyal ve kültürel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 50 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 30 ve BİST 100 sektör temsilcilerine göre sosyal ve kültürel faaliyet türlerine daha fazla yoğunluk gösterdikleri tespit edilmiştir. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan; finans, ana metal sanayi, metal eşya makine ve ulaşım araçları, holding yatırım ve haberleşme sektör temsilcilerinin endeksler içerisinde herhangi bir farklılık taşımadıkları görülmektedir. Kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler, gıda içecek, inşaat bayındırlık, ticaret ve haberleşme sektör temsilcilerinin ise sadece BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri çerçevesinde sosyal sorumluluk faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. Teknoloji sektör temsilcilerinin ise sadece BİST 50 Endeksi içerisinde sosyal ve kültürel faaliyetlere yoğunlaştıkları tespit edilmiştir.

BİST 30 Endeksi kapsamında çevresel faaliyetlere; imalat sanayi, kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler ve ulaştırma sektör temsilcilerinin yoğunlaştıkları görülmektedir.

BİST 50 Endeksi kapsamında çevresel faaliyetlere; imalat sanayi, enerji, inşaat bayındırlık, ticaret ve ulaştırma sektör temsilcilerinin yoğunlaştıkları görülmektedir.

BİST 100 Endeksi kapsamında çevresel faaliyetlere; imalat sanayi, inşaat bayındırlık ve ulaştırma sektör temsilcilerinin yoğunlaştıkları görülmektedir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan sektör temsilcileri karşılaştırıldığında çevresel faaliyet türleri açısından farklılıklar taşıdıkları tespit edilmiştir. BİST 30 ve BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 Endeksinde yer

alan sektör temsilcilerine göre daha düşük yoğunlukta çevresel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 30 ve BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin ise eşit düzeyde çevresel faaliyetlere yoğunlaştıkları gözlemlenmiştir. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan; imalat sanayi ve ulaştırma sektör temsilcilerinin endeksler içerisinde herhangi bir farklılık taşımadıkları görülmektedir. İnşaat bayındırlık sektör temsilcilerinin sadece BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde, kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler sektör temsilcilerinin sadece BİST 30 Endeksinde, enerji ve ticaret sektör temsilcilerinin ise sadece BİST 50 Endeksi içerisinde çevresel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir.

BİST 30 Endeksi kapsamında eğitim odaklı faaliyetlere; imalat sanayi ve teknoloji sektör temsilcilerinin yoğunlaştıkları görülmektedir.

BİST 50 Endeksi kapsamında eğitim odaklı faaliyetlere; kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler ve enerji sektör temsilcilerinin yoğunlaştıkları görülmektedir.

BİST 100 Endeksi kapsamında eğitim odaklı faaliyetlere; enerji ve teknoloji sektör temsilcilerinin yoğunlaştıkları görülmektedir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan sektör temsilcileri karşılaştırıldığında eğitim odaklı faaliyet türleri açısından farklılıklar taşıdıkları tespit edilmiştir. Eğitim odaklı faaliyetlere endeksler içerisinde eşit düzeyde yer verilmiş olsa da sektör açısından farklılıklar bulunmaktadır. Teknoloji sektör temsilcilerinin BİST 30 ve BİST 100 Endeksi içerisinde eğitim odaklı faaliyetlere yoğunlaştıkları gözlemlenmiştir. Enerji sektör temsilcilerinin ise BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde eğitim odaklı faaliyetlere yer verdikleri gözlemlenmiştir. Kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler sektör

temsilcilerinin ise sadece BİST 50 Endeksinde, imalat sanayi sektör temsilcilerinin de sadece BİST 30 Endeksinde eğitim odaklı faaliyetlere yoğunlaştıkları tespit edilmiştir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan sektör temsilcileri karşılaştırıldığında toplum sağlığına yönelik faaliyet türleri açısından farklılıklar taşıdıkları tespit edilmiştir. Toplum sağlığına yönelik faaliyet türlerine BİST 30 Endeksinde yer alan haberleşme sektör temsilcilerinin yer vermedikleri gözlemlenmiştir. Haberleşme sektör temsilcilerinin sadece BİST 50 ve BİST 100 Endeksi içerisinde toplum sağlığına yönelik faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin belirlenen temalar kapsamında enerji verimliliğine yönelik faaliyet türlerine ise yoğunlaşmadıkları tespit edilmiştir. Dolayısıyla, tablo içerisinde enerji verimliliğine yönelik faaliyet türleri kendine yer bulamamıştır.

BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin sektör açısından yoğunlaştıkları KSS faaliyetleri ve temaları arasında farklılıkların bulunduğu tespit edilmiştir.

SONUÇ

Günümüz dünyasında, işletmelerin sadece ürettikleri mal veya sundukları hizmet ile toplumun beklentilerini karşılaması oldukça güçtür. İşletmelerin toplumun beklentilerini karşılayabilmesi için sosyal sorunlara odaklanarak çözüm sunması ve toplumun yaşam kalitesini arttırmayı hedeflemesi gerekmektedir. Sosyal sorunların çözümü ve toplumun refah seviyesinin arttırılmasında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri önemli bir rol oynamaktadır. İşletmeler, son yıllarda bu yeni sosyal role adapte olmaya çalışmaktadırlar.

Küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan bir takım genel sorunlar (çevre kirliliği, kıtlık, işsizlik, sağlık vb.) işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini elzem kılmaktadır. İşletmelerin içinde bulunduğu iç ve dış çevresindeki paydaşlarına (hissedarlar, çalışanlar, müşteriler, rakipler, tedarikçiler, çevre, toplum ve devlet) karşı yerine getirmesi gereken sorumlulukları bulunmaktadır. İşletmeler paydaşlarının beklentilerine cevap vererek ve paydaşlarına karşı sorumluluklarını yerine getirerek birçok avantaj kazanmaktadırlar. İşletmelerin yürütmüş oldukları ve destek verdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri; işletmenin finansal performansını artırma, maliyetlerini azaltma, nitelikli işgücünü kendine çekme ve müşteri bağlılığını artırma, toplum gözünde iyi bir imaj oluşturma ve rakiplerine karşı rekabet avantajı kazanma gibi işletmeye birçok fayda sunmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştiren ve toplumsal sorunlara karşı duyarlı davranan işletmelerin, toplumun yaşam kalitesini arttıracığı ve toplum tarafından benimsenen bir işletme potansiyeline sahip olacağı aşikârdır. İşletmelerin, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine işletme stratejileri arasında yer vermeleri işletme kârlılığı ve sürekliliği açısından büyük önem arz etmektedir.

İşletme kârlılığı ve sürekliliğini daimi kılmak için toplumsal sorunların çözümünde yer almak ve toplumla güçlü bağlar kurmak işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmeleriyle mümkün olabilmektedir.

Bu çalışmada BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına yönelik karşılaştırmalı bir içerik analizinin yapılarak tespit edilen anlamlı sonuçların paylaşılması amaçlanmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında sosyal ve kültürel faaliyetler, çevresel faaliyetler, eğitim odaklı faaliyetler, toplum sağlığı faaliyetleri ve enerji verimliliği konuları çalışmanın ana kategorileri olarak belirlenmiştir. Bu ana kategorilerle birlikte KSS uygulamalarıyla ilişkili olan alt kategoriler de tespit edilmiştir. Çalışma kapsamını BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan işletmeler oluşturmaktadır. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinin seçilmesinin nedeni, bu işletmelerin Türkiye'nin en yüksek piyasa değerine, en yüksek borsa işlem hacmine ve ideal kurumsal yönetim standartlarına sahip olduklarının bilinmesidir. İşletmelerin 2018-2019 yıllarına ait kurumsal web siteleri üzerinden yayınlamış oldukları sürdürülebilirlik raporları ya da kurumsal sosyal sorumluluk adı altında yayınlamış oldukları uygulamaları incelenerek elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. BİST 100 içerisinde yer alan işletmelerin BİST 30 ve BİST 50 gibi daha özel endekslerde de bulunması nedeniyle, bu endeksler arasında KSS yoğunlaşma karşılaştırmalarının yapılmasını mümkün kılmaktadır. BİST 100 Endeksi içinde yer alan işletmelerin KSS faaliyetlerinin hangi faaliyet türü üzerine yoğunlaştığı, önceden belirlenen temalar açısından sektör bazında nasıl bir dağılımın gerçekleştiği belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin KSS faaliyetlerinin hangi temalar üzerine yoğunlaştığı ve sektör açısından yoğunluk gösterilen KSS faaliyetleri arasında fark bulunup bulunmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulardan BİST 100 Endeksi içerisinde yer alan işletmelerin KSS faaliyetlerinin genel olarak sosyal ve kültürel faaliyetler kapsamında yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ve kültürel faaliyetlerden sonra sırasıyla eğitim odaklı faaliyetler, çevresel faaliyetler, toplum sağlığına yönelik faaliyetler ve enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 100 Endeksinde yer alan işletmeler sosyal ve kültürel faaliyet içeriklerinden en fazla görsel, işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere yer vermişlerdir. Sosyal ve kültürel faaliyet içeriklerinden ise en az bireylerin daha güvenli yaşam imkânlarına sahip olmalarına yönelik faaliyetlere yer verildiği tespit edilmiştir. Eğitim odaklı faaliyet içeriklerinden de işletmelerin en fazla diğer eğitim faaliyetlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. Diğer eğitim faaliyetleri içerisinde; üniversite, vakıf ve derneklerle yürütülen öğrencilerin yetkinliklerini arttırmaya yönelik faaliyetler, kariyer programları, okullara ekipman desteklerinin sağlanmasına yönelik faaliyetler yer almaktadır. Eğitim faaliyetleri kapsamında işletmelerin en az yoğunlaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet içeriğinin ise bilimsel çabaların desteklenmesine yönelik faaliyetler olduğu tespit edilmiştir. Çevresel faaliyetler kapsamında da en fazla doğa, çevre ve biyoçeşitliliğin korunmasına yönelik faaliyet içeriğine yoğunluk verildiği tespit edilmiştir. En az yoğunluk verilen çevresel faaliyet içeriğinin ise karbon ayak izini azaltma faaliyetleri olduğu tespit edilmiştir. Yine toplum sağlığına yönelik faaliyet içeriklerinden de en fazla genel olarak toplum sağlığını iyileştirmeyi amaçlayan faaliyetlere, en az ise dezavantajlı grupların rehabilite edilmesine yönelik faaliyet içeriğine yoğunlaştığı tespit edilmiştir. BİST 100 Endeksi kapsamında işletmelerin enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere ise düşük yoğunlukta yer verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Enerji verimliliğine yönelik faaliyet içeriklerinden de işletmelerin sadece enerji verimliliğini arttırmaya yönelik faaliyetlere yer verdikleri tespit

edilmiştir. Temiz enerji bilincinin oluşturulmasına yönelik faaliyetlere hiçbir işletmenin KSS faaliyetleri içerisinde yer vermediği tespit edilmiştir.

BİST 100 Endeksi içerisinde yer alan işletmelerin önceden belirlenen temalar açısından sektör bazında nasıl bir dağılım gerçekleştikleri incelendiğinde; finans, ana metal sanayi, metal eşya makine ve ulaşım araçları, holding yatırım, kimya ilaç petrol lastik ve plastik ürünler, gıda içecek, inşaat bayındırlık, ticaret ve haberleşme sektör temsilcilerinin sosyal ve kültürel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. İmalat sanayi ve ulaştırma sektör temsilcilerinin ise en fazla çevresel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. Enerji ve teknoloji (bilişim-savunma) sektör temsilcilerinin ise en fazla yoğunlaştıkları KSS faaliyet türünün eğitim odaklı faaliyetler olduğu tespit edilmiştir. İnsan sağlığı ve sosyal hizmetler sektöründe 1 işletmenin yer aldığı ve bu 1 işletmeninde sadece toplum sağlığına yönelik faaliyetlere yer verdiği tespit edilmiştir. Madencilik ve taş ocakçılığı sektöründe yer alan hiçbir işletmenin ise 2018-2019 yıllarına ait sürdürülebilirlik raporu bulunmadığından ve kurumsal web sitelerinde bu yıllara ait kurumsal sosyal sorumluluk adı altında faaliyetleri yer almadığından dolayı bu sektör araştırma kapsamına alınmamıştır. Ayrıca, BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin önceden belirlenen temalar açısından sektör bazında genel olarak enerji verimliliği ve toplum sağlığına yönelik faaliyetlere düşük yoğunlukta yer verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulardan BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmeler belirlenen temalar açısından karşılaştırıldığında yoğunlaştıkları KSS faaliyetleri arasında fark bulunmadığı tespit edilmiştir. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları kapsamında en yoğun olarak sosyal ve kültürel faaliyetler temasına yönelik projeler ve faaliyetlerde buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, BİST 30, BİST 50 ve BİST 100

Endeksinde yer alan işletmelerin sosyal ve kültürel faaliyet içeriklerinden de en yoğun olarak görsel işitsel ve dramatik sanatların gelişimi ve desteklenmesine yönelik faaliyetlere yer verdikleri gözlemlenmiştir. Yoğunlaşılın KSS faaliyet türleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri içinde yer alan işletmelerin, sosyal ve kültürel faaliyet türüne yönelik kurumsal sosyal sorumluluk ağırlıkları karşılaştırıldığında; BİST 100 endeksi ağırlığının BİST 30 ve BİST 50 endekslerine göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Yine toplum sağlığına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin endeksler arasında benzer bir farklılığı yansıttığı gözlemlenmiştir. BİST 100 endeksi ağırlığının BİST 30 ve BİST 50 endekslerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu iki faaliyet türüne yönelik faaliyetlerde BIST 100 endeksi faaliyet yoğunlaşmasının BİST 30 ve BİST 50 endekslerine göre kısmen farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulardan BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan işletmeler karşılaştırıldığında sektör açısından yoğunlaştıkları KSS faaliyetleri ve temaları arasında farklılıkların bulunduğu tespit edilmiştir. Sosyal ve kültürel faaliyet türleri açısından BİST 30 endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 ve BİST 100 Endeksleri ile benzerlikler taşıdığı gözlemlenmiştir. Ancak, BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 Endeksi sektör temsilcilerine göre daha düşük yoğunlukta sosyal ve kültürel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 50 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 30 ve BİST 100 sektör temsilcilerine göre sosyal ve kültürel faaliyet türlerine daha fazla yoğunluk gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Çevresel faaliyet türleri açısından da BİST 30 ve BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin BİST 50 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerine göre daha düşük yoğunlukta çevresel faaliyet türlerine yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 30 ve BİST 100

Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin ise eşit düzeyde çevresel faaliyetlere yoğunlaştıkları gözlemlenmiştir. Eğitim odaklı faaliyet türlerine ise endeksler içerisinde eşit düzeyde yoğunluk verildiği tespit edilmiştir. Ancak, sektörler açısından faaliyet türlerinin farklılaştığı gözlemlenmiştir. Toplum sağlığına yönelik faaliyet türlerine ise BİST 30 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin yoğunlaşmadıkları, BİST 50 ve BİST 100 Endeksi içerisinde yer alan sektör temsilcilerinin ise eşit düzeyde yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde yer alan sektör temsilcilerinin belirlenen temalar kapsamında enerji verimliliğine yönelik faaliyetlere daha az önem verdikleri tespit edilmiştir.

Bu sonuçlar neticesinde, 2018-2019 dönemlerinde BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endekslerinde yer alan işletmelerin çoğunluğunun güncel olarak kurumsal web sitelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yer almaması ve sürdürülebilirlik raporlarını düzenli aralıklarla yayınlamamaları işletmeler nezdinde kurumsal sosyal sorumluluk anlayışına yeterince önem verilmediğini göstermektedir. Ayrıca, işletmelerin kurumsal web sitelerinde ve sürdürülebilirlik raporlarında toplum sağlığı ve enerji verimliliği faaliyet türleri üzerinde önemle durdukları ancak bu faaliyet türlerine yönelik yeterli faaliyet gerçekleştirmedikleri görülmektedir. İşletmeler, KSS faaliyetleriyle paydaşlarını etkilemekte ve paydaşlarından etkilenmektedir. Dolayısıyla işletmeler gerçekleştirdikleri faaliyetlerini ve faaliyet sonuçları hakkındaki bilgileri paydaşlarıyla paylaşmalıdır. Bu sonuçlar neticesinde, işletmelerin güncel olarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine kurumsal web sitelerinde yer vermeleri ve sürdürülebilirlik raporları yayınlamaları işletme paydaşları açısından büyük öneme sahiptir. BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeksinde faaliyet yürüten işletmelerin 2018-2019 yılları arasındaki kurumsal web sitelerinde KSS başlığı altında paylaştıkları uygulamalarının ve

sürdürülebilirlik raporlarının karşılaştırmalı bir içerik analizine tabi tutulduğu bu çalışmadan yola çıkılarak farklı endeks ve temalar üzerine yeni çalışmalar yapılabilir. Bu çalışmada izlenen yol ve elde edilen sonuçların gelecekte yapılacak bilimsel çalışmalara, KSS disiplinine ve uygulayıcılara katkı sunması ümit edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdioğlu, H., Meydan, C. (2006). Sosyal Denetim Süreci, Modelleri ve Raporlama Yaklaşımları. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 27-68.
- Akgemci, T., Çelik, A., ve Özgener, Ş. (2001). Sosyal Denetim Kavramına Genel Bir Yaklaşım (Değerlendirme). *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (23-24), 9-21.
- Akgeyik, T. (2007). İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutuyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk: (Bir Alan Araştırması). *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (52), 65-106.
- Akgül, U. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramına Sosyal Antropolojik Bir Yaklaşım. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, (24), 95-114.
- Akıncı Vural, Z.B., Coşkun, G. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(1), 61-87.
- Aktan, C.C., Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. C.C. Aktan (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk* içinde (ss. 6-24). İstanbul: İgiad Yayını.
- Aktan, C.C., Vural, İ.Y. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler)*.
<https://docplayer.biz.tr/2012702-Kurumsal-sosyal-sorumluluk-uluslararasi-kuruluslar-ve- hukumet-disi-organizasyonlar-tarafından-surdurulen-baslica-girisimler.html>. Erişim Tarihi: 29.03.2020.

- Aktan, C.C., Vural, İ.Y. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler). *Çimento İşveren Dergisi*, 21(3), 1-22.
- Aktan, C.C., Vural, İ.Y. (2020). *Çokuluslu Şirketlerin Sorumlulukları: ILO ve OECD Bildirgeleri*. <http://www.canaktan.org/ekonomi/cok-uluslu/sorumluluk.htm> Erişim Tarihi: 28.03.2020.
- Akyar, H. (2008). *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Alan Çalışması*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Albayrak, N.A. (2011). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurum İmajına Etkisi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Alıyeva, M. (2018). *Kadına Yönelik Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Bağlamında Turkcell ve Vodafone Sosyal Sorumluluk Anlayışlarının Karşılaştırılması*. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Alkan, F. (2004). *İnsan Kaynakları Yönetiminde Sosyal Sorumluluk Uygulamaları ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlişkisi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Alnıaçık, Ü., İldem Develi, E., Giray, C., ve Alnıaçık, E. (2011). Küresel Firmaların Yerel Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Marka Değeri ve Marka Tercihini Nasıl Etkilemektedir?. *Öneri Dergisi*, 9(35), 83-91.

- Altınsoy, Ö. (2019). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Ankara Büyükşehir Belediyesi Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma*. Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Altuntaş, M. (2020). *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışı: En Büyük Elli Kurum Üzerine Bir Araştırma*. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Anbar, D. (2019). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle İşveren Markası Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ve Bir Uygulama*. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Arıkol, G. (2012). *Corporate Social Responsibility and Corporate Reputation Relationship From Individual’s Value Priorities*. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Arslan, A. (2018). *Türkiye’de Dezavantajlı ve Risk Altındaki Çocuklara Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Bir Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi İncelemesi*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Arslan, N. (2019). *BİST Kurumsal Yönetim Endeksi’nde Yer Alan Şirketlerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans İlişkisi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Asar, İ. (2017). *Lisansüstü Öğrencilerinin Kişilik Yapılarıyla Bireysel Sosyal Sorumluluk Bilinçleri Arasındaki İlişkiler*. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

- Ata, H. (2018). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Dışsal Prestij Algısının Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Ay, C., Kahraman, A. ve Kacar, İ. (2012). Türkiye'deki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin İncelenmesi: Türkiye'nin En Büyük 100 İşletmesi Üzerinde Bir Araştırma. 1. İşletme Yönetimi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uluslararası Bilimsel ve Uygulama Kongresi. Bakü, Azerbaycan.
- Aydemir, M. (2007). İşletmelerin İş görenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı. C.C. Aktan (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk* içinde (ss. 99-121). İstanbul: İgiad Yayını.
- Aydınlioğlu, Ö. (2018). *Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Marka Farkındalığı Açısından Değerlendirilmesi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Aytar, O. (2019). BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan Şirketlerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Üzerine Bir İçerik Analizi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 12, 320-340.
- Bacak, B., Özer, U. (2009). Sosyal Dampingle Mücadelede Sivil Toplum Kuruluşlarının Girişimleri. VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, 391-399.
- Balı, S., Cinel, M.O. (2011). Bir Rekabet Aracı Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, (ODÜSOBİAD)*, 2(4), 45-60.

- Balıkçioğlu, B., Karacaoğlu, K. (2007). Sosyal Bir Ürün Olarak Topluma Pazarlanan Hayırseverlik: Stratejik Hayırseverlik. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 121-141.
- Baruönü, F.Ö. (2005). *Sosyal Denetim ve Türkiye Uygulaması*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Başar, B. (2014). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 59-72.
- Başer, E.H., ve Kılınç, E. (2015). Küresel Sosyal Sorumluluk Ölçeği: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. *Sakarya University Journal of Education*, 5(3), 75-89.
- Başer, U. (2015). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı Üzerine Bir Araştırma*. Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Bayraktar, T. (2014). Sivil Toplum Kuruluşları'nın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı: SA 8000 Uygulanabilirliği. *TÜHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 25(3-4-5-6), 35-44.
- Bayraktaroğlu, G., İlter, B., ve Tanyeri, M. (2009). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Bayram, S. (2012). Osmanlı Devleti'nde Ekonomik Hayatın Yerel Unsurları: Ahilik Teşkilatı ve Esnaf Loncaları. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (21), 81-114.

- Becan, C. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Paydaş Teorisi ve İletişim Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi: Bankaların Basın Bültenlerine Yönelik Bir İçerik Analizi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(1), 16-35.
- Bektaş, Ç., Köseoğlu, M.A. (2008). İş Etiği ve İş Etiğinin Yayılım Süreci. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 145-158.
- Berker, B. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Bıçakçı, A.B. (2016). Halkla İlişkilerin Kurumsal Sosyal Sorumluluktaki Rollerini, S. Hoştut ve S.D. Van Het Hof (Ed), *Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Güncel Yönelim ve Yaklaşımlar* içinde (ss. 39-58). Ankara: Nobel Yayınları.
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- BİST, (2020). 01/07/2020-30/09/2020 Dönemi Değişiklikleri. <https://www.borsaistanbul.com/tr/duyuru/2793/2020-yili-ucuncu-uc-aylik-donemi-icin-bist-pay-endeksleri-kapsaminda-yer-alacak-paylarda-degisiklik-yapilmistir>
Erişim Tarihi: 11.07.2020.
- Budak, S. (2015). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Örgüt Çevre Uyumuna Katkıları*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Büyükyılmaz, O., Fidan, Y. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Kavramsal Bir Bakış. *Business & Management Studies: An International Journal*, 3(3), 364-381.

- Caba, N. (2014). *Kurumsal Sosyal Performans İle Finansal Performans Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Meta-Analiz Çalışması*. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Carroll, A.B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A.B. (2016). Carroll's Pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 1-8.
- Castka, P., Balzarova, M.A. (2008). ISO 26000 and supply chains-On the diffusion of the social responsibility standard. *International Journal of Production Economics*, 111(2), 274-286.
- Ceyhan, S., Ada, S. (2015). İşletme Fonksiyonları Açısından Çevreye Duyarlı İşletmecilik. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(26), 115-137.
- Chun, R. (2019). How Virtuous Global Firms Say They Are: A Content Analysis of Ethical Values. *Journal of Business Ethics*, 155(1), 57-73.
- Cingöz, A., Akdoğan, A.A. (2012). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Kayseri İli'nde Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 331-349.
- Coşkun, A.E., Akcan, A.F. (2018). Kurumsal Yönetişim İlkelerinin Benimsenmesinin Örgütsel Çekiciliğe Etkisi. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 64-75.

- Coşkun, G. (2008). *Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Kurumsal Pazarlamaya Olan Etkisi*. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- CTR Uluslararası Belgelendirme & Denetim, (2020). ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi. <https://belgelendirme.ctr.com.tr/iso-14001-nedir.html>. Erişim Tarihi: 20.03.2020.
- Çakır, B. (2006). *SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumuna Olan Etkileri*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çalışır, Z. (2019). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal İmaj Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çalışkan, O. (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelin İş Tatminine ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Çam, Y.İ. (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Uygulama*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çavuş, F., ve Tancı, N. (2013). Yeşil İşletme ve Çevre Yönetim Sistemleri. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 48(1), 73-82.

- Çelik, T. (2009). *Özel Sektör Kuruluşlarının Sosyal Sorumluluk Kavramına Yaklaşımı: Konya Örneği*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çelik, Y. (2013). *Çalışanların İşletmenin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Algısı ile İş Tatmini Arasındaki İlişkisi ve Bir Araştırma*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çimen, M.(2007). *İşletmelerin Çalışanlara Karşı Sosyal Sorumluluklarının Örgütsel Güvene Etkisi*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, 15(1), 1-13.
- Dalkıran, İ. (2015). *Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Bilinirliğine Katkısı: Çevre Konulu Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına Yönelik Bir Araştırma*. İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Davis, K. (1973). The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312-322.
- De Jong, M.D.T., van der Meer, M. (2017). How Does IT Fit? Exploring the Congruence Between Organizations and Their Corporate Social Responsibility (CSR) Activities. *Journal of Business Ethics*, 143(1), 71-83.
- Dean, P., Ames, M. (2016). Corporate Social Responsibility. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, 1-3.

- Değirmen, G.C. (2016). *Kurumsal Pazarlama ve Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Demir, H., Songür, N. (1999). Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 150-168.
- Demir, Ö. (2014). “Sivil Toplum Kuruluşları”, “Sosyal Girişimcilik”, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” ve “Sosyal İşletme”. *ASOS Journal. The Journal of Academic Social Science*, (6), 347-356.
- Demirel, B.(2018). *Türkiye'nin İlk 200 İmalat Firmasının Periyodik Olarak Yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İçerik Analizi*. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Diñçer, D., Ünsar, A.S. (2014). SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı: Türkiye’de Çocuk İşçi İstihdamı Üzerine Bir İnceleme. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (40), 1-26.
- Diñçer, M.Z., Bayram, A.T., ve Bayram, G.E. (2019). ISO 26000 Standardı Kapsamında Türk Dünyası Ülkeleri Konaklama Endüstrisinin İncelenmesi. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 2(4), 234-248.
- Discovering ISO 26000, (2020). ISO 26000 Guidance on Social Responsibility.What benefits can be achieved by implementing Iso 26000?. <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100258.pdf>. Erişim Tarihi: 26.03.2020.

- Doğan, N. (2007). *İş Etiğinin Kurumsal Sosyal Sorumlulukdaki Rolü ve Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Doğan, S., Karataş, A.(2012). Örgütlerde Sosyal Sorumluluk Bilinci Ve Güven Ortamının Oluşturulmasında Etiğin Önemi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(1), 93-109.
- Dusuki, A.W., Yusof, T.F.M.T.M. (2008). The Pyramid of Corporate Social Responsibility Model: Empirical Evidence From Malaysian Stakeholder Perspectives. *Malaysian Accounting Review*, 7(2), 29-54.
- Ece, S. (2019). Kobi Yöneticilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluklarının Karşılaştırılması: şırnak ve Gaziantep Örneği. *International Social Sciences Studies Journal*, 5(41), 4357-4363.
- Eding, E., Scholtens, B. (2017). Corporate Social Responsibility and Shareholder Proposals. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(6), 648-660.
- EDMER, (2020). Etik Değerler Merkezi Derneği Tüzüğu. <https://www.edmer.org.tr/Tuzugumuz> Erişim Tarihi: 05.04. 2020.
- Engin, E., Eker Akgöz, B. (2013). Sürdürülebilir Kalkınma ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Değerlendirilmesi. *Selçuk İletişim*, 8(1), 85-94.
- Epstein, E.M. (1987). The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99-114.

- Epstein, E.M. (1989). Business ethics, Corporate Good Citizenship and the Corporate Social Policy Process: A view from the United States. *Journal of Business Ethics*, 8(8), 583-595.
- Eraslan, L. (2011). Bireysel Sosyal Sorumluluk Ölçeğinin (BSS) Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 7(24), 81-92.
- Erdoğan, E., ve Erdem, R. (2017). Hemşirelerin Bireysel Sosyal Sorumluluk Düzeyleri İle Yaşam Doyumunun Demografik Değişkenlere Göre Araştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(28), 293-312.
- Ergül, H.C., ve Kurtulmuş, M. (2014). Sosyal Sorumluluk Anlayışının Geliştirilmesinde Toplum Hizmet Uygulamaları Dersine İlişkin Öğretim Elemanlarının Görüşleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 221-232.
- Ergül, L.C. (2019). *Türkiye’de Vakıf Üniversitelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışlarının Karşılaştırmalı İncelemesi: Koç Üniversitesi ve İstanbul Aydın Üniversitesi Örneği*. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Ersöz, H.Ö. (2016). Yöneticilerin Bakış Açılarında Aydın Organize Sanayi Bölgesi İşletmelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları. *International Journal of Academic Value Studies*, 2(7), 1-15.
- Ersöz, H.Y. (2007). *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları*. İstanbul Ticaret Odası (Yayın no: 2007-36). İstanbul: İTO Yayınları.

- Esen, M., Esen, D. (2018). Türkiye’de Yayınlanan Sürdürülebilirlik Raporlarının Sürdürülebilir İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında İncelenmesi: Nitel Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (17), 827-844.
- Fidan, Z., Barıtcı, F (2017). Kamu Kurumlarında Sosyal Sorumluluk Projeleri: Nevşehir Belediyesi Örneği. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 4(4), 514-521.
- Fidan, Z., ve Şentürk, Z.A. (2017). Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) çalışmalarında işbirliği: Akbank, Garanti Bankası ve Türkiye İş Bankası üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(4), 40-65.
- Furan, Z. (2019). Trafik Güvenliğine Yönelik Yürütülen Sosyal Sorumluluk Kampanyaları: Konya Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Füzün, M. (2008). *OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Standardı ve Çimento Sektöründen Bir Firmada Risk Değerlendirilmesi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Garriga, E., Mele, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of business ethics*, 53(1-2), 51-71.
- Gezici, A.(2018). *Etik Değerler-Sosyal Sorumluluk İlişkisinde Sektörel Etmenler*. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

- Glac, K. (2014). The Influence Of Shareholders On Corporate Social Responsibility. *Economics Management and Financial Markets*, 9(3), 34-79.
- Global Compact Network Türkiye, (2020). *On İlke*.
<https://www.globalcompactturkiye.org/10-ilke/>. Erişim Tarihi: 20.03.2020.
- Göbbels, M., ve Jonker, J. (2003). AA1000 And SA8000 Compared: A Systematic Comparison of Contemporary Accountability Standards. *Managerial Auditing Journal*, 18(1), 54–58.
- Göçenoğlu, H.C. (2014). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişiminde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İşlevi: Bankacılık Sektörüne İlişkin Bir Alan Araştırması*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Göztaş, A., Baytekin, E.P. (2009). Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Çocukların Bilinçlendirilmesi Ve Eğitimi Türkiye’den Bir Uygulama Örneği: Aygaz ‘Dikkatli Çocuk’ Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası. *Journal of Yaşar University*, 4(13), 1997-2015.
- Guvener, C. (2015). *The Mediating Role Of Reputation On The Relationship Between Corporate Social Responsibility And Organizational Commitment*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Gül Özdoğan, Y. (2018). *Otel Çalışanlarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) ve Kalite Algısı İlişkisi*. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Doktora Tezi.

- Güleryüz, İ., Sürgevil Dalkılıç, O. (2019). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Kurumsal İtibar Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *International Social Sciences Studies Journal*, 5(33), 2089-2098.
- Gültekin, N., Çelik, A., ve Aykanat, Ş. (2007). Sosyal ve Hukuki Boyutu İle İşletmelerin Çevreye Karşı Sorumluluğu. *Öneri Dergisi*, 7(27), 151-158.
- Gültekin, S. (2018). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Müşteri Sadakat İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Alışveriş Merkezi Örneği*. Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Gümüş, M., Öksüz, B. (2009). İtibar sürecinde kilit rol: Kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi. *Journal of Yaşar University*, 4(14), 2129-2150.
- Günay, G., ve Günay, S.G. (2009). Corporate Social Responsibility Practices of the Textile Firms Quoted in Istanbul Stock Exchange. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Materials and Textile Engineering*, 3 (7), 1576-1581.
- Güngör, F.(2016). *Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanyaları Sonucunda Oluşan İnanç, Tutum Ve Satın Alma Niyetlerine İlişkin Farklılıkların Sosyal Sorumluluk Kampanya Türleri Açısından İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Güngör, S. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Türkiye'deki İletişim Fakültelerinin Müfredatında Bir Ders Olarak Analizi: Başkent Üniversitesi Vaka Çalışması. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(11), 119-140.

- Gürbüzsal, R. (2015). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Çalışanların Örgütsel Bağlılığıyla İlişkinin Araştırılması*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Gürel, T. (2010). Kurumsal sosyal sorumlulukta yeni yaklaşımlar ve tartışılan konular. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(3), 111-122.
- Hahn, R. (2012). ISO 26000 and the Standardization of Strategic Management Processes for Sustainability and Corporate Social Responsibility. *Business Strategy and the Environment*, 22(7), 442–455.
- Harman, A.(2010). *Yerel Anlamda Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Sosyal Fayda Boyutu: Kocaeli Örneği*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Harris, H. (2001). Content Analysis of Secondary Data: A Study of Courage in Managerial Decision Making. *Journal of Business Ethics*, 34(3-4), 191-208.
- Hartman, L.P., Rubin, R.S. ve Dhanda, K.K. (2007). The Communication of Corporate Social Responsibility: United States and European Union Multinational Corporations. *Journal of Business Ethics*, 74(4), 373-389.
- Hoşavcı, N.(2010). *Sağlık İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Boyutları ve Bir Uygulama*. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Hoştut, S. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarında Söylem. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(40), 120-136.

- Hoştut, S., Van Hef Hof, S.D. (2016). *Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Güncel Yönelim ve Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Hürmeriç, P. (2004). *A Special Use of Pr: Corporate Social Responsibility*. Yeditepe University Graduate Institute of Social Sciences Public Relations and Publicity. Master Thesis.
- İbalı, M. (2018). *Halkla İlişkiler Açısından Sosyal Sorumluluk: Karatay Belediyesi Örneği*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- İri, A. (2007). *OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemleri ve Bir İnşaat Firmasında Uygulanması*. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İnşaat Mühendisliği Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Jamali, D., Mirshak, R. (2006). Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-262.
- KAP, (2020). Endeksler. <https://www.kap.org.tr/tr/Endeksler> Erişim Tarihi: 03.06.2020.
- Karahan, Ş. (2006). *Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerine Etkisi*. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Karakaş Tandoğan, G.(2009). *Otel Markalarının Konumlandırılmasında Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Etkisi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Kavut, F.L. (2010). Kurumsal Yönetim, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Çevresel Raporlama: İMKB 100 Şirketlerinin Çevresel Açıklamalarının İncelenmesi. *İstanbul*

Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi, 21(66), 9-43.

Kaya, N.(2013). *Türkiye 'deki İlk 500 Büyük İmalat Firmasının Yürüttüğü Sosyal Sorumluluk Projeleri Konusunda Bir Meta Değerlendirme*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

Kelgökmen İlic, D. (2010). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması. *Ege Akademik Bakış*, 10(1), 303-318.

Kerse, G., Seçkin, Z. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: İmalat Sektörü Çalışanları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(3), 839-853.

Kızmaz, E.S., Ertürk, S. (2018). Kamu Özel Sektör İşbirliği Yöntemiyle Kobi'lerin Desteklenmesi Konusunda Yapılan Çalışmalara Genel Bir Bakış. *In 1st International Economics And Business Symposium*, 603-615.

Klassen, R.D., & McLaughlin, C.P. (1996). *The Impact of Environmental Management on Firm Performance*. *Management Science*, 42(8), 1199-1214.

Korkmaz, S. (2006). *Çalışanların İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarına İlişkin Algılayışlarının Değerlendirilmesi ve Bir Araştırma*. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

Korkmaz, S. (2009). *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

- Kömürcü, A.H. (2012). *Toplumsal Beklentilerin Özel Öğretim Kurumlarının Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Maç, S.D., Çalış, Ş. (2012). Etik ve İnsan Kaynakları Yönetimi Tartışmalarında Sosyal Sorumluluğun Yeri: Küresel İlkeler Sözleşmesi ve SA8000 Sosyal Sorumluluk Standardı Üzerine Bir Değerlendirme. *İş Ahlakı Dergisi*, 5(2), 21-53.
- Marangoz, M. (2004). İşletmelerin Çevresel Sorumluluğu: Türk Otomotiv Sanayine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(3), 75-97.
- Metin, H. (2006). *Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi.
- Miniaoui, Z., Chibani, F. ve Hussainey, K. (2019). The impact of country-level institutional differences on corporate social responsibility disclosure engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 1-13.
- Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 1(2), 16-22.
- Nemli, E. (2001). Çevreye duyarlı yönetim anlayışı. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (23-24), 211-224.
- OECD, (2020). *OECD Nedir? OECD'NİN Ana Faaliyet Alanları*. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/oecd-nedir-oecd-ne-demek-ve-acilimi-nedir-41379478>. Erişim Tarihi: 30.03.2020.

- Öktem, M.K., Sadioğlu, U. ve Turgut, N. (2017). Yönetmel Sürecin Bir Fonksiyonu Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 5(1), 83-112.
- Özdemir, Ö. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları ve Starbucks Kampanyaları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi (TURKSOSBİLDER)*, 2(1), 71-85.
- Özdemir, Z., Pamukçu, F. (2016). Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlama Sisteminin Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi Kapsamındaki İşletmelerde Analizi. *Mali Çözüm Dergisi/ Financial Analysis*, 26(134), 13-35.
- Özen, Y. (2011). Sorumluluk Bağlamında İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk: Sosyal Psikolojik Bir Yaklaşım. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 2(4), 174-189.
- Özet, K. (2014). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kısa Özet*. <https://www.kolaysinavlar.com/system/storage/download/H%C4%B0T206U%20A%C3%96F%20Kurumsal%20Sosyal%20Sorumluluk%20%C3%96zet.pdf>. Erişim Tarihi: 01.15.2020.
- Özgener, Ş. (2000). *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk: İmalat Sanayiinde Bir Uygulama*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı. Doktora Tezi.
- Özgüven, N.(2010). *İşletmelerin Uyguladıkları Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Müşteri Bağlılığı Yaratmadaki Rolü Ve Bir Uygulama*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Doktora Tezi.

- Özkan, A., Tanç, Ş.G. ve Taşdemir, B. (2018). Sürdürülebilirlik Açıklamaları Kapsamında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Karlılık Üzerine Etkisi: BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bir Araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(3), 560-577.
- Öztuna, B. (2017). SA 8000: 2014 Sosyal Sorumluluk Standardına Göre Çalışma Yaşamının Değerlendirilmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2368-2378.
- Öztürk, A. (2010). *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Performansına Etkileri Üzerine Bir Araştırma*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Öztürk, M.C., Ayman, M. (2008). Türkiye’de Özel Sektör ve Sosyal Sorumluluk Projeleri. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (9), 145-163.
- Öztürk, Ö.N. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Gelişimi ve Türkiye’de Uygulanması. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Pelit, E., Keleş, Y., Çakır, M. (2009). Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 19-30.
- Pusak, S. (2014). *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Araştırma; Şirketlerin Periyodik Yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İçerik Analizi*. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Rahman, S. (2011). Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility. *World Review of Business Research*, 1(1), 166-176.

- Roberts, R.W. (1992). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(6), 595-612.
- Saeidi, S.P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S.P., Saaeidi, S.A. (2015). How Does Corporate Social Responsibility Contribute to Firm Financial Performance? The Mediating Role of Competitive Advantage, Reputation, and Customer Satisfaction. *Journal of Business Research*, 68(2), 341-350.
- Saraçoğlu, N.T. (2013). *İşletmelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Müşteri Güveni, Müşteri Bağlılığı ve Firma İmajı Üzerindeki Etkileri: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Saran, M., Coşkun, G., Zorel, F.İ., Aksoy, Z. (2011). Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk Bilincinin Geliştirilmesi: Ege Üniversitesi Toplum Hizmet Uygulamaları Dersi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 6(22), 3732-3747.
- Sarıkaya, M. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Yeni Bir Bakış: Paydaş Teorisi*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Sarıkaya, M., Akarca, Y. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Ölçüm Teknikleri. *Denetişim*, (8), 60-67.
- Schwartz, M.S., Carroll, A.B. (2003). Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503-530.

- Sert, N.Y. (2012). Türkiye’de Özel Sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışına İlişkin Yarar Algısı: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Duyurulmasında Web Sitelerinin Kullanılması. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 3(9), 32-50.
- Sevinç, H. (2014). *Kurumsal Vatandaşlık Davranışı Algısı ve Kamu Çalışanlarının İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Van ve Bitlis İli Örneği*. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Sezgin, F., ve Tınmaz, A. (2017). Okulun Sosyal Sorumluluk Rolü Hakkında Okul Müdürü, Sınıf Ve Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Görüşleri. *TÜBAV Bilim Dergisi*, 10(2), 77-92.
- Sohodol Bir, Ç. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Solmaz, B. (2005). İşletmelerin Değişen Konumuyla Gelişen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilinci ve Turkcell’in Desteklediği “Çağdaş Türkiye’nin Çağdaş Kızları” Projesinin Genel Bir Değerlendirmesi. *Selçuk İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4(1), 116-125.
- Türkiye Sosyal Sorumluluk Portalı, (2020). Hakkında. <http://www.sosyalsorumluluk.org/hakkimizda/> Erişim Tarihi: 05.04.2020.
- Soysal, B. (2019). Kurumsal sosyal sorumluluk iletişimde kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının etkinliği: Türkiye’deki şirketler üzerine bir araştırma. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

- Sönmez, B. (2014). *Sosyal Sorumluluk Projelerinin İşletme İmajına Etkisi: Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Suvacı, B., Selcanoğlu, H.Ö. (2019). BİST100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesi. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 14(3), 1011-1033.
- Süklüm, N., Hiçyorulmaz, E. (2019). BİST Sürdürülebilirlik Endeksindeki İşletmelerin Sosyal Sorumluluk ve Çevre Muhasebesi İlişkisi Açısından İncelenmesi: Bir İçerik Analizi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(4), 1806-1824.
- Sürdü, F.B. (2019). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamaları: Türkiye Sigortacılık Sektöründe Bir Uygulama*. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Sürmen, Y., Aygün, D. (2005). İşletmelerde Sosyal Raporlama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (26), 35-42.
- Süzen, E. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Kurumlara Olan Katkıları Üzerine Bir Uygulama. *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies)*, 3(15), 261-269.
- Şahin, U. (2019). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Perspektifinden Marka Algısı Yaratılması ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

- Şahinolanlar, F.(2015). *Sosyal Sorumluluk Uygulamalarından Sponsorluk Faaliyetlerinin Paydaşlarca Algılanması Ve Bir Uygulama*. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Şimşek, Ş.M., Çelik, A. ve Akgeçici, T.(2015). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Tak, B. (2009). *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Paydaş Grupları İle İlişkilerinin Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Tamer, G. (2019). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. *International Social Science Studies Journal*, 5(31), 1115-1129.
- Tarcan İçigen, E., Çevik, B., Doğan, O. (2016). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Uluslararası Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının İncelenmesi. *Mediterranean Journal of Humanities*, 6(2), 299-310.
- Taşlıyan, M. (2012). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Modern İş Dünyasının Vicdani Gereği*. <https://www.aso.org.tr/b2b/asobilgi/sayilar/dosyamayishaziran2012.pdf> Erişim Tarihi: 06.04.2020.
- TDK, (2019). www.tdk.gov.tr, Erişim Tarihi: 19.12.2019.
- Tıraş, H.H. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-73.
- Toker, H. (2016). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sivil Toplum Kuruluşları. S. Hoştut ve S.D. Van Het Hof (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Güncel Yönelim ve Yaklaşımlar* içinde (ss.171-191). Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Tokgöz, N., Önce, S. (2009). Şirket Sürdürülebilirliği: Geleneksel Yönetim Anlayışına Alternatif. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 249-275.
- Top, S., Öner, A. (2008). İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 97-110.
- Torlak, Ö. (2003). *Pazarlama Ahlakı "Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi"*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Torlak, Ö. (2019). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları, M.C. Öztürk (Ed), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* içinde (ss. 34-49). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. Yayın No: 3021.
- Tunçel, Ö. (2011). Halkla İlişkiler Perspektifinden Kurumsal Vatandaşlık Anlayışına Bir Bakış. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (14), 79-95.
- Turgut, N. (2010). *Yönetiş Sürecinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Hacettepe Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Tutulmaz, O. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma: Sürdürülebilirlik İçin Bir Çözüm Vizyonu. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 601-626.
- Türker, D., Vural, A.C. (2016). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Hayırseverlik. S. Hoştut ve S.D. Van Het Hof (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Güncel Yönelim ve Yaklaşımlar* içinde (ss.149-170). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği (TKSSD), (2020). Hakkımızda. <https://www.kssd.org/hakkimizda/> Erişim Tarihi: 10.04.2020.

Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği (TKSSD), (2020). Misyon & Vizyonumuz.

<https://www.kssd.org/hakkimizda/misyon-vizyon/> Erişim Tarihi: 10.04.2020.

Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD), (2020). Hakkımızda.

<http://www.tkyd.org/tr/kyd-hakkimizda.html> Erişim Tarihi: 10.04.2020.

Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD), (2020). Kurumsal Yönetim Nedir?

<http://www.tkyd.org/tr/sss.html#sss-kurumsal-yonetim-nedir.html> Erişim Tarihi: 10.04.2020.

Ucar, T., Akman, Ç. (2019). Türkiye’de Hava Yolu Ulaşım Sektöründe Kamu Özel Ortaklığı: Özel ve Kamu İşletmesindeki İki Havalimanı Karşılaştırması. *EKEV Akademi Dergisi*, 23(78), 523-552.

Uğur, S.(2018). *Bir Sosyal Sorumluluk Olarak Sokak Sanatı*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

Uğur, U.(2018). *Tüketiciler Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarını Nasıl Algılıyor? Tüketici Şüpheliği Perspektifinden Bir Araştırma*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı. Doktora Tezi.

Uluçecen, E. (2019). *Kurumsal Vatandaşlık ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bağlamında Türkiye'nin Önde Gelen 100 Şirketinin Yeşil Yönetim Uygulamaları Açısından Web Sayfalarının İncelenmesi*. Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

Ulutaş, D. (2012). *Corporate social responsibility in construction industry*. Istanbul Technical University Graduate School of Science Engineering and Technology Department of Architecture Project and Construction Management Program. Master Thesis.

Unenvironment Programme, (2020). Why does UN Environment Programme matter? <https://www.unenvironment.org/about-un-environment/why-does-un-environment-matter>. Erişim Tarihi: 01.04.2020.

Usta, S., Bilgiç, E. (2016). Yerel Yönetimlerde Hizmet Sunumu: Kamu Özel Ortaklığı Modeli. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 249-268.

Wood, D.J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.

Yakut, A., Akbıyıklı, R. (2013). İşçi Sağlığı ve Güvenliği Yönetimi İle Toplam Kalite Yönetimi Sistemleri Veri Analizi İncelemesi. *Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 97-103.

Yalçınkaya, Ö. (2017). *Sosyal Sorumluluk Projelerinin Marka Değerinin Arttırılmasında Önemi ve İstatistiksel Analizi*. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

Yalman, Y. (2018). *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının İşletmelerin Kurumsal İtibarına Etkileri: İşletme Yöneticilerinin Algıları Üzerine Bir Araştırma*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Doktora Tezi.

- Yamak, S. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Yıldırım, A. (2013). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamalarının Finansal Performans Üzerine Etkisi: BIST-30'da Bir Uygulama*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Yılmaz, İ. (2011). *Corporate Social Responsibility Disclosures As An Indicator Of Social Performance And Its Relation With Financial Performance*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Doktora Tezi.
- Yılmaz, İ. (2016). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sosyal Performans ve Finansal Performans. S. Hoştut ve S.D. Van Het Hof (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Güncel Yönelim ve Yaklaşımlar* içinde (ss.17-38). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Yılmaz, S. (2018). *Girişimcilik İle Bireysel Sosyal Sorumluluk Arasındaki İlişkiyi İncelemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma*. Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Yontar, İ.G. (2008). Sürdürülebilir Çevre ve Ekonomi İçin Bir Araç: Türkiye'de ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Standardı. *Review of Social, Economic & Business Studies*, 9(10), 477-500.
- Yurt, S. (2018). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Yönetimin Arasındaki Etkileşimin Veri Zarflama Analizi: BİST Kurumsal Yönetim Endeksi Firmaları Üzerinde Bir Uygulama*. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

Zengin, K.(2018). Yerel Yönetimler ve Sosyal Sorumluluk Güngören Belediyesi Kan Kardeşliği Kulübü (KANKA) Örneği. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 84-101.