

**KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KURUMSAL SOSYAL  
SORUMLULUK FAALİYETLERİNİN ANALİZİ: BORSA İSTANBUL  
KONAKLAMA İŞLETMELERİ VE MARKA DEĞERİ EN YÜKSEK  
ULUSLARARASI KONAKLAMA İŞLETMELERİ  
KARŞILAŞTIRMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**SEMA NUR ÜNLÜBULDUK**

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ  
ANABİLİM DALI**

**MERSİN  
TEMMUZ-2019**

**KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KURUMSAL SOSYAL  
SORUMLULUK FAALİYETLERİNİN ANALİZİ: BORSA İSTANBUL  
KONAKLAMA İŞLETMELERİ VE MARKA DEĞERİ EN YÜKSEK  
ULUSLARARASI KONAKLAMA İŞLETMELERİ  
KARŞILAŞTIRMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**SEMA NUR ÜNLÜBULDUK**

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

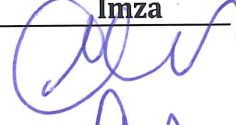

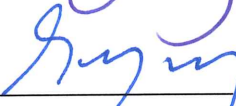
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ  
ANABİLİM DALI**

**Danışman  
Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ**

**MERSİN  
TEMMUZ-2019**

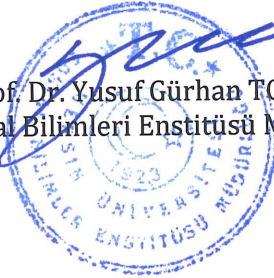
## ONAY

Sema Nur ÜNLÜBULDUK tarafından Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ danışmanlığında hazırlanan "Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Analizi: Borsa İstanbul Konaklama İşletmeleri ve Marka Değeri En Yüksek Uluslararası Konaklama İşletmeleri Karşılaştırması" başlıklı çalışma, aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan	Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ	
Üye	Prof. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU	
Üye	Doç. Dr. Kamil UNUR	

Yukarıdaki Jüri kararı Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 25/07/2019 tarih ve 2019/81 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Yusuf Gürhan TOPÇU  
Sosyal Bilimleri Enstitüsü Müdürü



*Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.*

## ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi beyan ederim.

## ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific Works about the case of exploitation of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Mersin University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Mersin University.

19 Temmuz 2019 /19 July 2019

Sema Nur ÜNLÜBULDUK

## ÖZET

İşletmeler için nihai amacın tarihsel süreç içerisinde kar maksimizasyonundan hissedar değer maksimizasyonuna ve son olarak paydaş maksimizasyonuna dönüşmesi, işletmeleri tüm paydaşlarına yönelik faaliyetlerde bulunmaya yönlendirmektedir. Ağır rekabet koşulları altında faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde de kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri son yıllarda uygulanmaya çalışılması gereken bir olgu haline gelmiştir. Turizm sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk kavramının artan önemi bağlamında bu araştırmada kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve bu faaliyetlerin raporlanma düzeyinin hem BIST konaklama işletmeleri hem de dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri bağlamında karşılaştırmalı analizi gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, sözkonusu konaklama işletmelerinin kurumsal web siteleri, sosyal medya hesapları, kurumsal sosyal sorumluluk raporları ve faaliyet raporları 2016-2017 yılları kapsamında içerik analizi yöntemiyle incelenmeye çalışılmıştır. Analiz neticesinde BIST konaklama işletmelerinin genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmedikleri ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlamadıkları sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen raporlarda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha çok yasal zorunluluklar çerçevesinde benimsendiği tespit edilmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin ise kurumsal sosyal sorumluluk kavramını işletme kültürü olarak benimsedikleri, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirdikleri ve gerçekleştirilen faaliyetlerin raporlamasını yaptıkları gözlemlenmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin, BIST konaklama işletmelerine göre sosyal medya hesaplarında ve kurumsal web sitelerinde gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha çok yer verdiği saptanmıştır. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin en fazla gerçekleştirdikleri ve raporladıkları faaliyetlerin çevre ve toplum alanında yapılan sorumluluk çalışmaları olduğu saptanmıştır. Söz konusu işletmeler tarafından en az katılım sağlanan faaliyet alanının ise "Sanata destek" olduğu tespit edilmiştir. BIST konaklama işletmelerinin ise daha çok toplumsal alanda sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporladığı gözlemlenmiştir. İklim değişikliği, çevre dostu tesis kullanımı, doğal afetle mücadele, vakıf, sorumlu kaynak kullanımı, kaçakçılıkla mücadele gibi sosyal sorumluluk alanları ise söz konusu işletmelerin en az gerçekleştirdiği ve raporladığı faaliyetler olarak tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması, Konaklama İşletmeleri.

**Danışman:** Doç. Dr. Erdiñç KARADENİZ, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin Üniversitesi, Mersin.

## ABSTRACT

The fact that the ultimate goal for companies has been transformed from profit maximization to shareholder value maximization in the historical process and finally to stakeholder maximization has led enterprises to engage in activities for all stakeholders. Corporate social responsibility activities have also become a phenomenon that should be tried to be implemented in the last years in accommodation enterprises operating under heavy competition conditions. In the context of the increasing importance of the concept of corporate social responsibility in the tourism sector, the comparative analysis of the corporate social responsibility activities and the reporting level of these activities in the BIST lodging companies as well as in the context of the most valuable lodging brands in the world, has been tried to be performed. In this context, corporate websites, social media accounts, corporate social responsibility reports and annual reports of lodging companies in question have been tried to be analyzed with content analysis method in 2016-2017. As a result of the analysis, it was concluded that BIST lodging companies did not perform corporate social responsibility activities in general and did not report corporate social responsibility activities. In the reports reviewed, it was determined that the concept of corporate social responsibility was mostly adopted within the framework of legal requirements. It has been observed that the most valuable lodging brands adopt corporate social responsibility concept as business culture, realize corporate social responsibility activities and report the activities performed. According to BIST lodging companies, the most valuable lodging brands give more place to corporate social responsibility activities realized in social media accounts and corporate websites. It has been determined that the activities carried out and reported by the most valuable lodging brands with the responsibility studies in the environment and society. It has been determined that the activity area which has the least participation by these companies "Support to Art". It is observed that BIST lodging companies mostly report their social responsibility activities in the social field. Social responsibility areas such as climate change, environment-friendly facility use, fight against natural disaster, foundation, responsible resource use, and fight against smuggling have been identified as the least activities carried out and reported by these companies.

**Keywords:** Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Reporting, Lodging Companies.

**Advisor:** Assoc. Prof. Dr. Erdinç KARADENİZ, Department of Tourism Management, Mersin University, Mersin.

## TEŞEKKÜR

Hayatıma dokunduğu andan itibaren değişimi başlatan, yüksek lisans öğrenimim süresince bilgi birikimi ve tecrübeleriyle yoluma ışık tutan, tez çalışmasının her aşamasında ilgisini, yardımını ve sabrını esirgemeyen, sonsuz güven, sevgi ve saygı duyduğum kıymetli danışmanım Sayın Doç. Dr. Erdiç KARADENİZ'e teşekkürlerimi sunarım. Kişiliğimi, önceliklerimi, sorumluluklarımı ve geleceğimi gerçek anlamıyla kavramama yardımcı olurken, öğrenim hayatım dışında karşıma çıkan tüm zorluklarda yanımda olduğu için minnettarım. Yüksek lisans öğrenimim boyunca, ders esnasında ve ders dışında, ihtiyaç duyduğum her anda yardımlarını esirgemeyerek bana destek olan tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım. Tez savunması sırasında önerilerde bulunarak desteklerini sunan Prof. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU ve Doç. Dr. Kamil UNUR'a katkıları ve katılımları için teşekkür ederim. Sevgisi, özverisi, maddi ve manevi desteği ile birlikte bu yolda ilerlemem için tüm koşulları sağlayan ve her zaman yanımda olan biricik annem Filiz ATASOY'a teşekkür ederim. Bizimle olsa benimle gurur duyacağına emin olduğum canım babam Mükremin ÜNLÜBULDUK ile sevgi ve duasını hiç eksik etmeyen canım dedem Fikret Okay BEYİTOĞLU'na şükranlarımı sunarım. Ben ders çalışırken bana dünyanın en güzel yemeklerini hazırlayan, kaygıya kapıldığım anlarda yüreklendiren, şakalarıyla beni neşelendiren ev arkadaşım ve kardeşim en değerlim Kaan ÜNLÜBULDUK'a ve süreç içindeki stresli dönemlerimde tahammül sınırlarını tüm gücümle zorlarken sonsuz sabır ve destek gösteren Çağlar ADA'ya varlıkları için teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	i
ONAY	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	xi
KISALTMALAR ve SİMGELER	xii
<b>1. GİRİŞ</b>	1
<b>2. KURAMSAL ÇERÇEVE</b>	5
2.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı	5
2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı	6
2.2.1. Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlgili Temel Kavramlar	8
2.2.1.1. Kurumsal İtibar Kavramı	8
2.2.1.2. Kurumsal İletişim Kavramı	9
2.2.1.3. İşletme Etiği	9
2.2.1.4. Sürdürülebilirlik Kavramı	10
2.2.1.5. Kurumsal Hayırseverlik Kavramı	11
2.2.1.6. Kurumsal Vatandaşlık Kavramı	12
2.2.1.7. Paydaş Kavramı	13
2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi	14
2.3.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Dünyadaki Gelişim Süreci	14
2.3.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Türkiye'deki Gelişim Süreci	15
2.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri	17
2.4.1. Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri	17
2.4.1.1. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika ile İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi	18
2.4.1.2. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (The Organization for Economic Cooperation and Development-OECD) Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi	21
2.4.1.3. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact)	23
2.4.1.4. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) Finans Girişimi	26
2.4.1.5. Avrupa Birliği Yeşil Sayfa (Green Paper) Girişimi	28
2.4.2. Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri	29
2.4.2.1. CERES İlkeleri	30
2.4.2.2. Caux İlkeleri	31
2.4.2.3. Küresel Sullivan İlkeleri	32
2.4.2.4. Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative-GRI)	33
2.4.2.5. SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı	34
2.4.2.6. AccountAbility AA1000 Standartları	36
2.4.2.7. Dünya Ekonomik Forumu Küresel Kurumsal Vatandaşlık Bildirgesi	37
2.5. Turizm Sektörü Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi	38
2.6. Turizm Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	40
<b>3. LİTERATÜR TARAMASI</b>	45
3.1. Turizm Sektörü Dışındaki Sektörlere Yönelik Gerçekleştirilen Araştırmalar	45
3.2. Turizm Sektörüne Yönelik Gerçekleştirilen Araştırmalar	52
<b>4. MATERYAL ve YÖNTEM</b>	66
4.1. Araştırma Problemi	66



4.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	67
4.3. Araştırmanın Önemi	68
4.4. Araştırma Soruları	69
4.5. Veri Kaynakları ve Örneklem	69
4.6. Analiz Yöntemi	71
4.7. Sınırlılıklar	72
<b>5. BULGULAR ve TARTIŞMA</b>	<b>74</b>
5.1. Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları	74
5.1.1. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları	74
5.1.1.1. Hilton Hotels Corporation'ın Kurumsal Web Sitesinin Analizi	74
5.1.1.2. Marriott International Inc.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	78
5.1.1.3. HYATT Hotels Corporation'ın Kurumsal Web Sitesinin Analizi	80
5.1.1.4. Holiday Inn'in Kurumsal Web Sitesinin Analizi	82
5.1.1.5. Coutyard By Marriott'un Kurumsal Web Sitesinin Analizi	84
5.1.1.6. Shangri-La Asia Hotels And Resorts'un Kurumsal Web Sitesinin Analizi	84
5.1.1.7. Wyndham Hotels And Resorts'un Kurumsal Web Sitesinin Analizi	87
5.1.1.8. Sheraton Hotels & Resorts'un Kurumsal Web Sitesinin Analizi	89
5.1.1.9. Ramada Worldwide Inc.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	89
5.1.1.10. Hampton by Hilton'ın Kurumsal Web Sitesinin Analizi	89
5.1.1.11. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Genel Değerlendirmesi	90
5.1.2. BIST Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları	94
5.1.2.1. Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	94
5.1.2.2. Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	94
5.1.2.3. Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	95
5.1.2.4. Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	95
5.1.2.5. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	96
5.1.2.6. Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	97
5.1.2.7. Petrokent Turizm A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	97
5.1.2.8. Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	98
5.1.2.9. Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	98
5.1.2.10. Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi	99
5.1.2.11. BIST Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Genel Değerlendirmesi	99
5.2. Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Analiz Bulguları	104
5.2.1. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Analiz Bulguları	104
5.2.1.1. Hilton Hotels Corporation'ın Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	104
5.2.1.2. Marriott International Inc.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	106
5.2.1.3. HYATT Hotels Corporation'ın Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	107
5.2.1.4. Holiday Inn'in Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	108
5.2.1.5. Courtyard by Marriott'ın Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	109
5.2.1.6. Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	109
5.2.1.7. Wyndham Hotels and Resorts'un Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	110
5.2.1.8. Sheraton Hotels & Resorts'un Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	111
5.2.1.9. Ramada Worldwide Inc.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	111
5.2.1.10. Hampton by Hilton'un Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	111
5.2.1.11. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Genel Değerlendirmesi	112
5.2.2. BIST Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Analiz Bulguları	112

5.2.2.1. Altinyunus eşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	113
5.2.2.2. Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	114
5.2.2.3. Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	114
5.2.2.4. Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	114
5.2.2.5. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	115
5.2.2.6. Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	115
5.2.2.7. Petrokent Turizm A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	115
5.2.2.8. Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	115
5.2.2.9. Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	116
5.2.2.10. Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi	116
5.2.2.11. BIST Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Genel Değerlendirmesi	116
5.3. Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları	117
5.3.1. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları	117
5.3.1.1. Hilton Hotels Corporation'ın 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	117
5.3.1.2. Marriott International Inc.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	119
5.3.1.3. HYATT Hotels Corporation'ın 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	124
5.3.1.4. Holiday Inn'in 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	126
5.3.1.5. Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	129
5.3.1.6. Wyndham Hotels and Resorts'un 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	132
5.3.1.7. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılı Analiz Bulgularının Genel Değerlendirmesi	137
5.3.2. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları	141
5.3.2.1. Hilton Hotels Corporation'ın 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	141
5.3.2.2. Marriott International Inc.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	143
5.3.2.3. HYATT Hotels Corporation'ın 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	146
5.3.2.4. Holiday Inn'in 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	148
5.3.2.5. Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	150
5.3.2.6. Wyndham Hotels and Resorts'un 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	153
5.3.2.7. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılı Analiz Bulgularının Genel Değerlendirmesi	153
5.3.3. BIST Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları	158
5.3.3.1. Altın Yunus eşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	159

5.3.3.2. Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	160
5.3.3.3. Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	161
5.3.3.4. Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	162
5.3.3.5. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	162
5.3.3.6. Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	163
5.3.3.7. Petrokent Turizm A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Faaliyet Kurumsal Raporlarının Analizi	164
5.3.3.8. Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	164
5.3.3.9. Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	165
5.3.3.10. Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	165
5.3.3.11. BIST Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılı Analiz Bulgularının Genel Değerlendirmesi	166
5.3.4. BIST Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları	171
5.3.4.1. Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Faaliyet Raporlarının Analizi	171
5.3.4.2. Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Faaliyet Raporlarının Analizi	172
5.3.4.3. Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	173
5.3.4.4. Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	174
5.3.4.5. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	174
5.3.4.6. Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	175
5.3.4.7. Petrokent Turizm A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	175
5.3.4.8. Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	175
5.3.4.9. Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	176
5.3.4.10. Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi	176
5.3.4.11. BIST Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılı Analiz Bulgularının Genel Değerlendirmesi	177
<b>6. SONUÇ ve ÖNERİLER</b>	<b>189</b>
KAYNAKLAR	198
ÖZGEÇMİŞ	209

## TABLolar DİZİNİ

	<b>Sayfa</b>
Tablo 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler	18
Tablo 2. Küresel İlkeler Sözleşmesi Nedir? Ne Değildir?	25
Tablo 3. Küresel İlkeler Sözleşmesinin Etkileri	26
Tablo 4. Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri	29
Tablo 5. Konaklama, Yiyecek-İçecek ve Havayolu İşletmelerinde Gerçekleştirilen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	44
Tablo 6. Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmeleri	70
Tablo 7. Analiz Kapsamında Oluşturulan Temalar ve Kodlar	72
Tablo 8. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları	91
Tablo 9. BIST Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları	101
Tablo 10. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2016 yılında Gerçekleştirdiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	138
Tablo 11. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılında Gerçekleştirdiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	155
Tablo 12. BIST Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılında Gerçekleştirdiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	168
Tablo 13. BIST Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılında Gerçekleştirdiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	178
Tablo 14. Analize Dahil Edilen 20 Konaklama İşletmesinin 2016 Yılında Gerçekleştirdikleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	183
Tablo 15. Analize Dahil Edilen 20 Konaklama İşletmesinin 2017 Yılında Gerçekleştirdikleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	186

## KISALTMALAR ve SİMGELER

Kısaltma/Simge	Tanım
BİST	Borsa İstanbul
GRI	Küresel Raporlama Girişimi
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
TDK	Türk Dil Kurumu
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
UNEP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı
UNEPFİ	Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi
UNİCEF	Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WTTC	Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi



## 1. GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle artan iletişim olanaklarının etkisiyle oluşan küreselleşme, günümüzde sosyo-ekonomik hayatta büyük değişimlere yol açmıştır. Küreselleşmeyle beraber sınırların yok olduğu iş dünyasındaki yeni rekabet ortamında, işletmelerin paydaşlarına olan sorumlulukları çoğalmış ve bu sorumlulukların önemi de zamana bağlı olarak artmıştır. İşletmeler artık yalnızca muhasebesel karı hedeflememekte, bunun yanında çevre kirliliği, insan hakları, sürdürülebilir ekonomi, toplumun iyileşmesi ve ilerlemesi gibi konularda da görev almak durumunda kalmaktadırlar. Değişen yapılanmada, işletmelerin muhasebesel kar amaçlarına ek olarak üstlendikleri paydaşlarına yönelik sorumluluklar, genel olarak sosyal sorumluluk olarak ifade edilmektedir (Alpaslan, 2012).

Sosyal sorumluluk olgusu yeni oluşan bir kavram olmamakla birlikte, operasyonel düzeyde durum farklıdır. Küreselleşme nedeniyle işletmelerin faaliyet gösterdiği alan giderek artan bir hızda değişmektedir. Yeni paydaşlar ve farklı ulusal yasalar iş dünyasında yeni beklentiler oluşturmaktadır. Sosyal, çevresel ve ekonomik etkilerin karar verme sürecindeki optimal dengeleri değişmektedir. Bu nedenle söz konusu şartlarda başarılı bir iş stratejisi geliştirmek ve uygulamak için, önceden belirlenen kalıplara ek olarak sosyal sorumluluğun yönetim araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır (Dahlsrud, 2008:6).

Sosyal sorumluluk, işletmelerden toplumun çıkarlarını eylemlerinde dikkate almasının istendiği kurumsal bir amaçtır. İşletmeler bu nedenle faaliyetlerini; müşterilerinin, tedarikçilerinin, çalışanlarının, hissedarlarının, toplumlarının ve çevre üzerindeki tüm yönleriyle etkilerinin sorumluluğunu alarak yapmak durumundadırlar. Sosyal sorumluluk işletmelerden, yasalara uyma konusundaki yasal yükümlülüklerin ötesine geçmelerini ve gönüllü olarak çalışanlarının ve ailelerinin, yerel toplumun ve küresel toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek için gerekli adımları atmalarını istemektedir. Bu nedenle sosyal sorumluluk iyi vatandaşlığın ötesinde, oldukça geniş bir kavramdır (Martin, 2008:3).

İşletmeler tarafından sosyal sorumluluk faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, sonuçta iyileştirilmiş getirilere yol açabilecek paydaşlarla olan güven ve ilişkileri artırmaktadır. Sosyal sorumluluk sahibi bir işletme daha az iş gücü sorunuyla, toplumdan daha az şikayet ile ve devletten daha az çevresel kaygıyla karşı karşıya kalabilir. Ayrıca, sosyal açıdan sorumlu işletmelerin yatırımcılar, bankacılar ve devlet yetkilileriyle ilişkilerini geliştirmektedir. Yukarıdaki faktörler, kurumsal sosyal sorumluluk yatırımlarından olumlu performans yararları elde edildiğini göstermektedir (Stuebs ve Sun, 2011:35).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını benimseyerek iş kültürü haline getiren işletmeler, finansal alandaki başarılarını artırmanın yanı sıra birçok konuda kazanç elde etmektedirler. İlgili faaliyetleri gerçekleştiren işletmeler, toplum içinde kazandığı itibar ile

birlikte işletme imajını iyileştirmektedir. İşletme imajında yaşanan bu değişim, işletmenin marka değerini doğrudan ve olumlu şekilde etkilemektedir. Bununla birlikte sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmenin, daha iyi koşullar altında borçlanabilme ve hisse senedi değerini artırma üzerinde etkileri bulunmaktadır. Ayrıca işletme tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projelerine işletme çalışanlarının ve müşterilerin dahil edilmesi hem çalışan bağlılığını artırmakta hem de müşteri sadakatini olumlu etkilemektedir (Argüden, 2002: 11-12). İşletmelerin üstlendikleri sosyal sorumluluklar, onları toplum gözünde rakiplerinden daha itibarlı konuma getirirken diğer yandan da onların daha fazla tanınmasını ve tercih edilebilirliklerini artırmaktadır. Bu hizmetlerin toplumda yarattığı memnuniyet duygusuyla oluşan olumlu döngüde her iki tarafta kazanan durumda olmaktadır.

Hızlı ilerleyen teknoloji ve kolaylaşan ulaşım imkânları, gerçekleştirdiği bütün faaliyetlerinin merkezinde insan ve çevre olan turizm sektörünü de yakından etkilemektedir. Turizm sektörü dünyanın en hızlı gelişim gösteren sektörlerinden biri olarak büyümekte ve çeşitlenmektedir. Günümüzde turizm sektörü, uluslararası ticaretin en önemli oyuncularından biri haline gelmiştir. Aynı zamanda gelişmekte olan birçok ülke için ana gelir kaynaklarından birini temsil etmektedir. Bu büyüme, destinasyonlar arasında artan bir çeşitlilik ve rekabeti beraberinde getirmektedir. Sanayileşmiş ve gelişmiş devletlerde turizmin bu küresel yayılımı, tarımdan telekomünikasyona kadar pek çok ilgili sektörde ekonomik ve istihdam avantajları üretmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, uluslararası turist hareketleri 2017 yılında 1.323 milyona ulaşmıştır. Ayrıca 2017 yılında uluslararası turizm ihracat kazançlarından 1,6 trilyon ABD dolarının elde edilmiş olması, sektörün dünya ekonomisi üzerindeki etkisinin göstergesidir (UNWTO, 2019). Turizm sektörü dünya çapında her on işten birini oluşturarak dünya üzerindeki gayri safi yurt içi hasılanın %10,4'ünü oluşturmaktadır. 2018 yılında küresel ekonomi %3,2 oranında büyürken, seyahat ve turizm sektörü %3,9'luk bir büyüme kaydetmiştir. Son beş yıl içinde ise oluşan her beş işten biri turizm sektörü tarafından yaratılmaktadır (WTTC, 2019). Turizm sektörü ülkeler bazında yaşanan ekonomik sorunların çözümü, ülkeye giren döviz miktarını artırma, istihdam alanında artış, ödemeler dengesi üzerindeki etki, kültürel iletişimi artırma gibi alanlarda aktif rol oynamaktadır (Çımat ve Bahar, 2003:2).

Toplumsal anlamda gerçekleşen değişim ve ilerleme, bütün iş alanlarını etkilediği kadar turizm sektörünün de kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden etkilenmesine sebep olabilmektedir. Turizm sektörü için, dünyadaki yoğun turist akışından faydalanabilmek, bu akışı devamlı kılmak ve işletmelerin çok çeşitli alanlarda ve daha büyük boyutlarda var olmasını sağlamak son derece önem taşımaktadır. Bu amaçların gerçekleşmesi için de kurumsal sosyal sorumluluk kavramı turizm sektöründe son yıllarda büyük önem arz etmektedir (Can, 2013: 2). Etkinlik alanı turizm sektörü olan konaklama işletmeleri ise sektörün en belirgin ve önemli

aktörleri olarak faaliyet göstermektedirler (Shoval ve Cohen-Hattab, 2001:910). Turistik pazarın gereklerine uygun şekilde uyarlanmış yeterli konaklama işletmesi kaynağı, turizm gelişiminin temel koşullarından biri haline gelmiştir. Turizm, büyük ölçüde, mevcut konaklama türüne ve miktarına bağlı olarak gelişmektedir. Konaklama işletmeleri, turizm altyapısının çok önemli bir parçasıdır ve kaçınılmaz olarak turizmin gelişmesi konaklama işletmelerinin gelişmesine bağlıdır. Konaklama işletmeleri turizm sektörünün matrisidir ve bu nedenle sürekli büyüyen sektörün gelişiminde belirgin bir rol oynamak için açık bir seçim haline gelmektedir (Bhatia, 2006: 175-176). Konaklama işletmeleri genel bağlamda müşterilerin beslenme ve barınma ihtiyaçlarını geçici olarak giderme fikri ile oluşturulsa da, günümüzde konferanslar, toplantılar, eğlence faaliyetleri gibi alanlarda ev sahipliği yapmaktadır. Bununla birlikte doğrudan yarattığı istihdam alanı ile konaklama işletmeleri sosyal ve ekonomik açıdan oldukça önemli işletmeler olarak kabul görmektedir (Gündüz ve Barlı, 2013:3). Buna karşın turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin sayılarında oluşan hızlı büyüme, işletmelerde oluşan tüketim hızının yükselmesine sebep olmaktadır. Tüketim hızının yükselmesi ile birlikte, hem kaynakların kullanımında hem de işletmelerde oluşan atık oranlarında artış meydana gelmektedir. Kaynakların hızlı bir biçimde tüketilmesi, küresel bağlamda yaşanan kaynak kıtlığını da etkilemektedir. Turistlerin konaklama işletmelerinde kaldıkları süre boyunca odaların ısı ayarları, kullanılan temizlik malzemeleri, bahçe sulamaları gibi faaliyetler tüketilen enerji ve su miktarını artırmakta, oluşan gıda ve diğer atıkların doğru yönetilememesi çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir (Atay ve Dilek, 2013:205).

Konaklama işletmelerinin yatırımı sürecinde doğaya verilen zarar, yeşil alanların yerini alan betonlaşma, işletmelerin faaliyet alanlarında yaşayan yerel halka karşı tutumu, kültürel mirasın tahribi, atık yönetimlerindeki başarısızlıklar, bilinçsiz kaynak tüketimi gibi konular sektörde sosyal sorumluluk bağlamında eleştirilere neden olmaktadır. Bununla birlikte turizm sektörünün sosyal ve ekonomik kalkınma üzerindeki büyük etkisi göz önünde bulundurulduğunda, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi söz konusu eleştirilerin önüne geçmesini mümkün kılmaktadır (Ateşoğlu ve Türker, 2010:213). Turizmin sürdürülebilir olması için konaklama işletmeleri yöneticileri tarafından çevre ile ilgili alınan önlemler büyük önem arz etmektedir. Konaklama işletmelerinin hem varlıklarını hem de maddi kazançlarını devam ettirebilmeleri için, sosyal sorumluluğu işletme faaliyetinin her alanında benimsemesi ve davranış haline getirmesi gerekmektedir (Pelit ve Pekmezci, 2012:340).

Yukarıda ifade edilmeye çalışılan nedenlerle günümüzde turizm sektörü ve bu sektördeki en önemli aktörlerden olan konaklama işletmeleri için kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, kurumsal stratejilerin önemli bir noktası haline gelmiştir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, faaliyet gösterdikleri yerel topluluklarla güçlü ilişkilere sahiptir. Bu



nedenle konaklama işletmeleri, faaliyet gösterdikleri destinasyonlardaki sosyo-ekonomik gelişme üzerinde etki yaratmaktadırlar. Bu bağlamda çevre koruma, çalışanlar için adil çalışma koşulları ve toplumun refahına katkıda bulunmak, uluslararası turizm işletmelerinin stratejileri için kilit konulardır. Sektördeki işletmelerin bu faaliyetlerde bulunması kadar, faaliyetleri raporlaması ve tüm paydaşlarına sunması da önemlidir.

Bu tez çalışmasının temel amacı; Borsa İstanbul'da (BIST) işlem gören on konaklama işletmesi ile Brand Finance kuruluşu tarafından belirlenen dünyanın marka değeri en yüksek on konaklama işletmesinin 2016-2017 yıllarına ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlamalarının, içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek uluslararası bağlamda karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda BIST'de işlem gören konaklama işletmelerinin ve dünyanın marka değeri en yüksek on konaklama işletmesinin kurumsal yıllık faaliyet raporlarından, kurumsal sosyal sorumluluk raporlarından, kurumsal web sitelerinden, misyon ve vizyonlarından, aldıkları ödüllerden ve sosyal medya hesaplarındaki ifadelerinden yararlanılmıştır.

Araştırma, belirlenen amaçlara yönelik olarak altı bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın ikinci bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, tarihsel gelişimi, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili temel kavramlar, kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri ve turizm sektörü ile olan ilgisine ilişkin kuramsal bilgiler sunulmaktadır. Araştırmanın üçüncü bölümünde, tarafımızca gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda konuyla ilgili daha önce turizm sektörüne ve turizm sektörü dışındaki sektörlerle yönelik yapılan çalışmalar özetlenmektedir. Araştırmanın dördüncü bölümünde, araştırmanın problemi, amacı ve kapsamı, önemi, veri kaynakları, araştırmada kullanılan analiz yöntemi ve kısıtları açıklanmaktadır. Araştırmanın beşinci bölümünde ise araştırmanın amacına yönelik olarak gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular ve bu bağlamda yorumlamalar yapılmıştır. Araştırmanın son bölümünde ise analiz sonucunda elde edilen bulgular karşılaştırılarak genel bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde öncelikle genel olarak sosyal sorumluluk ile kurumsal sosyal sorumluluk kavramları ve tarihsel gelişimleri açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili temel kavramlara yer verilmiştir. Ardından farklı kuruluşlar ve organizasyonlar tarafından başlatılan kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri açıklanmıştır. Bölüm sonunda, turizm sektörü açısından kurumsal sosyal sorumluluk kavramının önemi ve gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ifade edilmeye çalışılmıştır.

### 2.1.Sosyal Sorumluluk Kavramı

Tüm insanlığı ilgilendiren çevre, eğitim, sağlık, istihdam, insan ve çalışan hakları, kaçakçılık ve yolsuzluk gibi konular, işletmelere olan toplumsal beklentiyi artırmakta ve toplumda güçlü bir etki alanı olan işletmelere yeni sorumluluklar yüklemektedir. İşletmeler, beklentiler karşısında tüm paydaşları için gönüllü şekilde bu sorumlulukları yerine getirerek hem topluma da hem de kendilerine fayda sağlamaktadırlar. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha iyi anlaşılması için önce sosyal sorumluluk olgusuna değinmek gerekmektedir.

Sosyal sorumluluk kavramını oluşturan “sosyal” ve “sorumluluk” kelimelerinin sözlük anlamlarına bakıldığında sosyal kelimesinin toplum bilimi, toplumsal anlamına geldiği, sorumluluk kelimesinin ise bir kimsenin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi olarak tanımlandığı görülmektedir (TDK, 2019).

Sorumluluk kavramını insanlığın geçmişi kadar eskiye dayandırmak mümkündür. İnsan, yaşadığı ortamda sebep olduğu her durumdan ve yaptıklarından sorumludur (Vural ve Coşkun, 2011: 61). Bireyler dışında, sosyal hayatın bir parçası olarak faaliyet gösteren işletmelerin de içinde buldukları toplum karşısında birtakım sorumlulukları bulunmaktadır. İşletmeler, faaliyete başladıkları an itibari ile söz konusu sorumluluklarını, toplumda faaliyette bulunmak ve sürdürülebilirliklerini sağlamak için kabul etmiş olmaktadır (Dawar ve Klein, 2004: 205). Sosyal sorumluluk, insan hayatını korumak ve onun içinde bulunduğu çalışma alanlarının şartlarını yaşanabilir kılmaktır. Bunlar sağlandığında, kurumların içinde bulunduğu toplumun hayat seviyesi iyileşir. Bu iyileşme beraberinde ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı da getirmektedir (Başer, 2015: 3).

İşletme biliminde sosyal sorumluluk, tüm paydaşların ihtiyaçlarını veya beklentilerini karşılamak olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda müşteriler, yatırımcılar, tedarikçiler, yerel topluluk ve çalışanlarla ilişkiler gibi ele alınması gereken önemli konular hakkında yönetime fikir vermektedir (Bansal ve Kandola, 2003: 5). Sosyal sorumluluk, sadece yasal zorunluluk çerçevesinde gerçekleştirilmesi gereken bir kavram değildir. Bu yasal zorunlulukların ötesinde,

yapılan yatırımlarda insan sermayesine, işletme paydaşlarına, faaliyet gösterilen alana, doğanın korunmasına özen göstermektir (Ersöz, 2007: 20). Sosyal sorumluluk faaliyetleri, toplum refahını iyileştirme ve çevreyi koruma amacı güden, işletmenin sosyal konularını destekleyen iş faaliyetleri ile yatırımları olup, toplum kavramı içerisindeki tüm paydaşları kapsamaktadır. Bununla birlikte sosyal sorumluluk faaliyetleri refah, sağlık ve güvene ek olarak, psikolojik ve duygusal gereksinimlere yönelik uygulamalardır (Kotler ve Lee, 2006: 201).

Tarihsel sürece bakıldığında insanlık tarihinin ilkel çağlarından günümüze kadar evrilerek aktarılan bir sosyal sorumluluk kavramının olduğu görülmektedir. Yaşanan her çağın kendi doğası gereği biçim farklılıkları olsa da kendi içinde paylaşım ve sorumluluklar yerine getirilmiştir. Geçmişten bugüne değişen yaşam şartlarına göre sosyal hayatın kuralları ve yükümlülükleri hep var olmuştur. Toplu yaşama geçişten sonra paylaşımlar çoğalmaya başlamış ve adet ile gelenek olarak adlandırılan yardımlaşmalar ile yaptırım araçları ortaya çıkmıştır. Toplum içinde resmi olmayan bu paylaşım ve yardımlar evrilmiş ve modern çağda işletme temelinde uygulanabilir olan sosyal sorumluluklar halini almıştır. Oluşumundan bugüne kadarki sürede farklı aşamalardan geçen sosyal sorumluluk, her dönemde başka kapsamda özellikler kazanmıştır. Süreç içinde, faaliyette olduğu alana göre değişik şekillerde rol oynayarak toplum içindeki varlığını devam ettirmiştir. Toplum içinde bir işi yapmak için birleşme, dayanışma olarak da gözlenen bu faaliyetler, işletmeler bazında kurumsal sosyal sorumluluk şeklini almıştır (Aydede, 2007:15-20).

## **2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı**

Kurumsal sosyal sorumluluk; kurumsal sözcüğü anlamının anlam sınırlamasına rağmen aslında kurumun bulunduğu çevresel ve sosyal konulardan uzak algılanamaz. “Kurum”, köklü bir yapıyı içeren ve genellikle devlet ile ilişkisi olan yapı veya birlik anlamına taşımaktadır. “Kurumsal” kavramı ise değişik birim ve fonksiyonlarıyla bir kurumun niteliklerine tam anlamıyla sahip olan anlamına gelmektedir (TDK, 2019). Kurumsal sosyal sorumluluk, temelinde gönüllülüğü esas alır. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk olgusu, toplumun beklentileri doğrultusunda, işletmelerin önemini belirlemede etkisi olan bir değer yaratımı süreci halini almıştır. Ayrıca, işletmelerin kendi iç ve dış yani çalışanlar, müşteriler, komşular, kamu aktörleri vb. paydaşlarına yarar sağlamları ve paylaşımlarda bulunmaları ile ilgilidir (Özgen, 2007: 2).

Her ne kadar öncesinde iş adamlarına sosyal sorumluluk anlayışı kazandırmaya çalışan araştırmacılar bulunsa da pek çok araştırmacı, Bowen tarafından 1953 yılında yazılan “İş adamının Sosyal Sorumlulukları (Social Responsibilites of The Businessman)” adlı kitabı konunun başlangıç noktası olarak görmektedir (Carrol, 1979). Bowen (1953), kurumsal sosyal sorumluluğu, “iş adamlarının kurallara uyma, karar verme, toplumun değerleri ve amaçları

doğrultusunda oluşan faaliyetleri gerçekleştirme yükümlülüğü” olarak tanımlamıştır. Bowen’a göre sosyal sorumluluk, “her derde deva bir ilaç gibi değil, gelecekte kurumsal faaliyetlerin yönünün belirleyecek bir kılavuz olarak görülmelidir” (Aktaran Bay, 2006: 27, Bowen, 1953).

Carson (1960), insanlar tarafından bilinçsizce kullanılan tarım ilaçlarının doğa üzerindeki olumsuz etkisini anlattığı kitabı ile insanlarda çevre bilincinin oluşması açısından etkili olmuş ve işletmelerin çevreye duyarlı tekniklerle ürün üretmesinin önemine dikkat çekmiştir. Friedman’a (1970) göre kurumsal sosyal sorumluluk, işletme sahipleri tarafından hem kanuni hem mesleki değerleri benimsemek, ticaret yaparken bu benimsenen değerlere uymaktır. Carrol (1979), işletmelerin sorumluluğunun, belli bir zaman noktasında toplumun işletmeden beklediği ekonomik, yasal ve etik uygulamaları ile isteğe bağlı beklentileri kapsadığını ifade etmiştir. Jones (1980), iş dünyasına yönelik artan eleştiriler, olası devlet müdahaleleri ya da çalışanların artan denetimi gibi olasılıklara karşı kurumsal sosyal sorumluluğu en uygun denetim mekanizması olarak belirtmiş ve kurumsal sosyal sorumluluğun bir süreç olarak tanımlamıştır (Aktaran Gençyürek, 2014: 6, Jones 1980). McWilliams ve Siegel (2001), işletmenin kendi faydaları ve yasal zorluklarının dışında yarattığı faydayı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti olarak tanımlamışlardır. Kotler ve Lee (2006), kurumsal sosyal sorumluluğu kurumsal sermaye katkıları ve gönüllülük esaslı iş faaliyetleri ile toplumun refahı için işletmelerin üzerlerine düşen bir görev olarak ifade etmişlerdir. Yamak (2009), kurumsal sosyal sorumluluğu, işletmelerin iktisadi ve sosyal alanlarda ortaklarına karşı iş ahlakı ve toplumsal değerleri dikkate alarak hareket etmeleri ve yönetimlerini de bu hassasiyet içinde yapmaları olarak tanımlamıştır. Tripaty ve Rath (2011) ise kurumsal sosyal sorumluluğu; işletmelerin çalışanlar, hissedarlar, toplum ve çevre üzerindeki faaliyetlerinde yarattığı etkilerin sorumluluğunu üstlenerek ve toplum çıkarlarını göz önünde bulundurarak uygulamalar gerçekleştirilmesi olarak tanımlamaktadırlar. Kurumsal sosyal sorumluluk, yasal beklentilere uyumun ötesinde tüm paydaşlara yatırımlar yapmaktır. İşletmeler paydaşları için yaptıkları yatırımlarla eğitim, çalışma koşulları, yönetici-çalışan ilişkileri bağlamında daha üretken olabilmektedir. Özellikle çevreye duyarlı teknolojilere yatırım yapmak işletmenin rekabet edilebilirliğine katkı sağlamaktadır (Comission of The European Communities, 2001).

Yukarıdaki tanımlardan hareketle kurumsal sosyal sorumluluk kavramını; işletmelerin yasal zorunluluklar taşımadan, tüm paydaşları için gönüllü ve işletme stratejilerine, vizyon ve misyonlarına paralel olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel konulara duyarlı, etik ve sorumluluk sahibi yaklaşımlarla faaliyetler gerçekleştirilmesi olarak tanımlamak mümkündür. İşletmeler, gerçekleştirdiği bu faaliyetlerle finansal performanslarını, sosyal ve çevresel hareketlerini paydaşlarına sunma fırsatı elde etmektedir. İşletmeler, bu faaliyetleri sayesinde olumlu geri bildirimler almaktadır. Kısacası kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin bir şekilde

toplumdan aldığı, topluma geri vermesidir. Kurumsal sosyal sorumluluğun daha iyi anlaşılması için aşağıda kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili bazı temel kavramlara yer verilmiştir.

### **2.2.1. Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlgili Temel Kavramlar**

Konu ile ilgili teori ve literatür incelendiğinde kurumsal sosyal sorumluluğun birçok kavram ile ilişkili olduğu görülmektedir. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk kavramı gelişirken farklı kavramlarla tanımlandığı da gözlemlenmektedir. Bu kavramların kurumsal sosyal sorumluluk ile ilişkisi bazı dönemlerde azalırken, bazı dönemlerde aynı kavramların benzer anlama geldiği durumların olduğu görülmektedir. Aşağıda sırasıyla kurumsal sosyal sorumluluk kavramıyla ilgili olan ve teori ve literatürde sıklıkla kullanılan kurumsal itibar, kurumsal iletişim, işletme etiği, sürdürülebilirlik, kurumsal hayırseverlik, kurumsal vatandaşlık ve paydaş kavramları açıklanmaya çalışılmıştır.

#### **2.2.1.1. Kurumsal İtibar Kavramı**

İtibar, yaygın kullanımıyla kişinin yakın çevresi ve bulunduğu ortamda bırakmış olduğu etkidir. Bu tanımdan yola çıkarak aynı etkinin kurumlar için de oluşabileceğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda kurumsal itibar, dış paydaşların kurumun çalışmaları hakkındaki ortak kanaatleri şeklinde tanımlanmaktadır (Budd, 1994: 11). Diğer bir ifadeyle kurumsal itibar, dışarıdakilerin kurumun uygulamaları ve başarıları ile ilgili sahip oldukları ortak fikir olarak kabul edilmektedir (Aktaran Rosson, 2002: 5, Fombrun 1996).

Kurumsal itibarın oluşması birçok alanda yapılan çalışmalarla kendini göstermektedir. Temelinde güven olan itibar, aynı zamanda işletmelere güç kazandırmaktadır. İşletmeler tarafından sunulan hizmet kalitesi ve çevreye duyarlı olmayı ilke edinmek gibi davranışların süreklilik kazanması, hizmet alanının memnuniyetini ile istikrarını artırmakta ve bu bağlamda, işletme itibarının her zaman yüksek kalmasını sağlamaktadır (Karatepe, 2008: 83). İşletmeler geçmiş zamanlarda, mal ve hizmetin belli bir standardı yakalamış olmasına oldukça önem vermekteydi. Fakat günümüzde modern işletmeler, kendilerini geliştirmek adına kar elde etme amacının ötesinde başka hedefler oluşturmaktadır. Günümüzde işletmelerin itibarını en yüksek düzeyde tutabilmesi için, toplum gözünde inanılabilirlik sağlaması gerekmektedir. İşletmeler günümüzde itibar sahibi olmak için, tüketicilere karşı şeffaflık içerisinde faaliyetlerini gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar (Yirmibeş, 2010: 2).

İşletmeler faaliyet alanlarına göre hizmet verirken, aynı zamanda tüm paydaşlarına yönelik sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirmenin öneminin farkında olmalıdırlar. İşletmelerin sürdürülebilirliklerini sağlamaları için, düzenli bir şekilde gerçekleştirdikleri

sorumluluk faaliyetlerini topluma bildirmeleri, kurumsal itibar kazanabilmelerini mümkün kılmaktadır (Karatepe ve Ozan, 2017: 98).

### **2.2.1.2. Kurumsal İletişim Kavramı**

“İletişim”; duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim ve haberleşme olarak tanımlanmaktadır (TDK,2019). Kurumsal iletişim ise amaçlara ulaşmak için bilgi ve deneyimlerin işletmelerin hedeflerine en uygun düşen yollarla birleştirilip aktarılmasıdır (Tosun, 2003: 175). Müşteriler ve diğer paydaşlarla gereken bağın kurulması için işletmeler tarafından oluşturulan iletişim kanallarının tümü, kurumsal iletişim olarak adlandırılmaktadır (Balmer ve Greyser, 2006: 730). İşletmelerin iç ve dış paydaşlarına yönelik şeffaf bilgi alışverişini benimsemek, işletmenin faaliyet gösterdiği sektördeki müşteri davranışlarında farklılık oluşturmak, başarıyı uygun ölçeklerle değerlendirmek ve böylece işletmenin tanınırlığına katkı sağlamak, kurumsal iletişimde en önemli hedefler arasında yer almaktadır (Pusak, 2014: 8).

İşletmelerin gelişmelerinde ve hedeflerine ulaşabilmelerinde etkili ve başarılı iletişim kanallarının oluşturulması önem arz etmektedir. Günümüzde paydaşlar ile olan iletişimleri kuvvetlendirmek ve etkin geribildirim almak için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmek işletmeler tarafından sık tercih edilen faaliyetler içinde yer almaktadır. Doğru yöntemler seçilerek tasarlanan ve başarılı bir şekilde sonuçlanan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, işletmelerin marka bilinirliğini artırmakta ve işletmeler için müşterilerle olan iletişim bağlamında olumlu katkılar oluşturmaktadır (Özgen, 2007:1-4).

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin iletişimi sayesinde sosyal sorunlara yönelimi sağlamak ve bu sosyal sorunları çözmek mümkün hale gelmektedir. Kurumsal iletişim ile işletme çalışanlarının sosyal sorumluluk projelerine katılımı teşvik edilip, olumlu sonuçlar halkın hizmetine sunulabilmektedir. Aynı zamanda sosyal sorumluluk faaliyetleri yoğun rekabet koşullarında varlıklarını sürdürmeye çalışan işletmelere yol gösterici olabilmektedir. İş görenleri de bu yolla harekete geçirip verimliliklerini yükseltmek, sosyal sorumluluk faaliyetlerinin iletişime yararları arasında sayılabilmektedir (Gürel, 2010: 117).

### **2.2.1.3. İşletme Etiği**

“Etik”, çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Başka bir tanımda ise bir ortamda yanlış ve doğru davranışın incelenmesi olarak ifade edilmektedir. İşletmede etik kavramının oluşumu, tanımları, sınırları ve bakış açılarını belirlemeye yaramaktadır. Genel bağlamda paydaş

ilişkilerinde iyi ve kötünün neye göre belirlendiği etiğin konusudur. Teorik bir temel olarak etik; bireyler, kurumlar ve ekosistem gibi çeşitli paydaşları birleştirme ve değer sağlama potansiyeline sahiptir (Hatcher, 2004: 357).

Etik sorumluluklar, tüketicilerin, çalışanların, hissedarların, toplumun ve diğer paydaşların adil, haklı, adil veya menfaat sahiplerinin ahlaki haklarına veya meşru beklentilerine uygun olarak gördükleri kaygıyı yansıtan bir dizi norm, standart veya davranış beklentisini kapsamaktadır (Carrol, 2000: 36).

Etik kavramı, kurumsal hayata uygulanırken bazı özel hususlar göz önünde bulundurulmalıdır. Öncelikle işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için kar elde etmeleri gerekmektedir. Ancak, karlar suistimal yoluyla elde edilirse işletmenin ömrü sürdürülebilir olmamaktadır. Dolayısıyla işletmelerin kar elde ederken toplumun ihtiyaç ve isteklerini de göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. İş dünyasının bu benzersiz yönlerini ele almak için toplum hem yasal hem de dolaylı olarak – işletmelere, bireylere veya topluma bir bütün olarak zarar vermeyecek şekilde kar etme çabalarında rehberlik etmek için kurallar geliştirmiştir. Bu bağlamda iş etiği belirli durumlarda neyin doğru neyin yanlış olduğuna dair kurallar, standartlar ve ahlaki ilkelerle ilgilidir. İşletme amaçları doğrultusunda iş etiği, iş dünyasında davranışa rehberlik eden ilkeleri, değerleri ve standartları içermektedir (Ferrell ve Fraedrich, 2008: 7).

Sosyal sorumluluk perspektifinden bakıldığında, iş etiği; tüketiciler, çalışanlar, hissedarlar, tedarikçiler, rakipler ve toplum dahil olmak üzere, temel paydaşların kaygılarını yansıtan değerler, normlar ve beklentiler olarak tanımlanabilmektedir. Bu paydaşların adil davranılma ve hakların korunması konularında endişeleri bulunmaktadır. İşletmeler eğer bu kaygıları kuruluşun bir parçası olarak kabul eder ve etiği iş stratejilerine dahil ederlerse, bir kavram olarak sosyal sorumluluk, günlük karar alma süreci içinde yer alabilmektedir (Ferrell ve Fraedrich, 2008: 38).

#### **2.2.1.4. Sürdürülebilirlik Kavramı**

Sürdürülebilirlik, içinde çok çeşitli kaynakların doğru ve verimli kullanımı, biyoçeşitlilik ve geri dönüşüm gibi çevresel etkenleri ve kişisel özgürlük ile hakları, iş görenlerin güvenli ortamlarda çalışmalarının sağlanması gibi sosyal ve kurumsal birçok etkeni içine alan geniş bir kavramdır (BIST Sürdürülebilirlik Endeksi Araştırma Metodolojisi, 2014: 2). Bu bağlamda sürdürülebilirlik, toplumun doğal ya da insan tarafından yaratılmış, sosyal, kültürel, bilimsel vb. tüm kaynaklarını saygılı ve sağduyulu bir şekilde, gelecek nesilleri de düşünerek kullanan bir vizyon yaratan katılımcı bir süreçtir. Sürdürülebilirlik, mevcut nesiller için yüksek derecede ekonomik güvenlik elde etmenin ve toplumların kontrolünde demokrasiyi ve halkın katılımını

gerçekleştirmenin yanı sıra, tüm yaşamın ve tüm üretimin dayandığı ekolojik sistemlerin bütünlüğünü koruyarak, mümkün olduğu ölçüde gelecek nesillere aktarmayı amaçlamaktadır (Gladwin vd., 1995:877).

Dyllick ve Hockerts'a göre (2002:132) işletmelerin sürdürülebilirlik kavramına, kısa vadeli kazançlarla değil, uzun vadeli amaçlarla yönelmesi son derece önemlidir. Ancak bu şekilde işletmeler üretimlerinde, çevreye verdikleri olumsuz etkileri azaltacak yöntemler geliştirebilmektedir. Böylece gelecekte işletmenin devamlılığını da katkı sağlanmış olmaktadır.

Sürdürülebilirlik, özel sektör işletmelerinin yalnızca ekonomik değer yaratması ve toplumun yaşam standardını artıracak mal ve hizmetler sunması değil, aynı zamanda faaliyetleriyle ortaya koydukları farklı çevresel ve sosyal sorunların azaltılmasında da aktif olarak yer almaları gerektiğini belirtmektedir (Hanh ve Scheermesser, 2006:151). Ticari kar amacı taşıyan işletmeler için sürdürülebilirlik kavramı ise işletmelerin mal ve hizmet üretimi sırasında faaliyetlerinden kaynaklanan çevresel zararın azaltılması amacıyla gerçekleştirdikleri stratejiler ve bu stratejilerle işletmede uzun vadede devamlılığın sağlanabilmesidir (Yavuz, 2010: 64).

Kurumsal sosyal sorumluluğun oluşumu ve gelişimi ile sürdürülebilirlik kavramı birbirleriyle oldukça ilgilidir. İşletmelerin sürdürülebilirlik kavramına önem vermesi ile birlikte, ekonomik faaliyetlerin yanı sıra sosyal ve çevresel konularda da görev aldıkları görülmektedir. Ekonomik, sosyal ve ekolojik sürdürülebilirlik bağlamında işletmeler hem sektördeki diğer işletmelerle hem de hükümetlerle gerçekleştirdikleri iş birlikleri sayesinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmelidirler (Özgüç, 2009:3).

### **2.2.1.5. Kurumsal Hayırseverlik Kavramı**

Hayırsever kavramı, Türk Dil Kurumu'ndaki (2019) ilk tanıma göre; yoksullara, yardıma muhtaç olanlara iyilik ve yardım etmesini seven, iyiliksever ve yardımsever olarak belirtilirken, diğer tanıma göre ise halkın yararı için okul, çeşme hastane vb. yaptıran olarak tanımlanmaktadır. Hayırseverlik; insanların dini, vicdani ve duygusal etkenlerle tanıdıkları ya da tanımadıkları kişi ve kurumlara buldukları yardımlardır. Kurumsal hayırseverlik ise daha geniş çapta, toplumların refahı için ve genellikle de bir vakıf aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. İşletmelerde hayırseverlik faaliyetleri, işletmenin yapılandığı ya da işletmeyle bağlantısı olan bir vakfa, kâr hedefi taşımayan bir vakfa ya da özellikle seçilmiş veya bilinmeyen kişilere yapılan gönüllü bağışlar şeklinde görülmektedir(Gök, 2016: 55).

1980'li yıllardan önce daha çok bireysel olarak gerçekleştirilen hayırseverlik faaliyetleri, sonrasında işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerinin bir parçası haline almıştır. Bireysel olarak gerçekleştirilen hayırseverlik faaliyetleri, yazılı olmayan kurallar gereği toplum



ile paylaşılmazken, işletmeler bazında yapılan hayırseverlik faaliyetleri için durum aynı değildir. Hayırseverlik faaliyetleri, sosyal sorumluluk bilinci oluşan işletmelerin yanı sıra, ticari endişeler taşıyan kurumlar tarafından da gerçekleştirilmektedir. Hayırseverlik faaliyetleri, son yıllarda toplum gözünde işletme itibarını artıran ve bu bağlamda işletmeye rekabet ortamında üstünlük sağlayan etkinlikler arasında yerini almıştır (Balıkçioğlu ve Karacaoğlu, 2007: 139).

### **2.2.1.6. Kurumsal Vatandaşlık Kavramı**

Kurumsal vatandaşlık, işletmelerin ticari faaliyetlerini gerçekleştirdiği sırada bütün yasal, sosyal ve etik kuralları benimseyerek hareket etmesini ve toplumun beklentilerini karşılama kapsamaktadır (Aktan, 2007: 14). Dünya Ekonomik Forumu'na (2019) göre kurumsal vatandaşlık; bir işletmenin temel iş faaliyetleri, sosyal yatırım ve hayırseverlik programları ve kamu politikalarına katılımı yoluyla topluma yaptığı katkı ile ilgilidir. İşletmenin ekonomik, sosyal ve çevresel ilişkilerini ve paydaşlarıyla (hissedarlar, çalışanlar, müşteriler, iş ortakları, hükümetler ve topluluklar gibi) ilişki kurma şeklinin ve işletmenin uzun vadeli başarısı üzerinde etkisi vardır.

Kuruluşların ticaret yaparken uymaları gereken yasal ve ahlaki kurallar mevcuttur. Bu kurallar, ticaretin devamlılığının sağlanması için son derece gereklidir. Temelde dört önemli değer üzerinde duran kurumsal vatandaşlık; hukuk, etik, ekonomi ve gönüllük öğelerine dayanmaktadır. Kurumsal vatandaşlığı ilkeleştiren ve uygulamaya hassasiyet gösteren işletmeler, kazançlarının bir bölümüyle topluma hizmet vererek bu ilkelere olan bağlılıklarını da ispat etmektedir (Carrol, 1998: 2). Bir işletmenin kurumsal vatandaşlığa olan bağlılık düzeyi, paydaşlarının beklediği sosyal sorumlulukları yerine getirme konusuna stratejik şekilde odaklandığını göstermektedir. Kurumsal vatandaşlık, işletmenin vatandaşlık felsefesine olan bağlı doğrultusunda hareket etmeyi ve vatandaşlık girişimlerini uygulayarak, faaliyetlerine ne ölçüde devam edeceğini belirlemeyi içermektedir. (Ferrell ve Fraedrich, 2008: 38).

Kurumsal vatandaşlık genelde işletmenin, işletme içi faaliyetleri, hedefleri ve bölgesel çevrede uygulanan toplumsal faaliyetleri ifade ederken, kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin kurumsal faaliyet alanlarındaki sosyal sorumluluklarını kapsar. Bunlar arasında çalışanların, tedarikçilerin ve toplumun yanı sıra değer yaratma süreci de yer almaktadır. İşletmenin genelde yerel toplum ile olan ilişkisini ele alan kurumsal vatandaşlık, çok daha geniş bir kavram olan ve işletmenin temel sorumluluklarını ve sürdürülebilirliğe katkılarının tümünü kapsayan kurumsal sosyal sorumluluğun bir parçası olarak görülmektedir (Loew vd., 2004:12).

### 2.2.1.7. Paydaş Kavramı

Paydaş ve paydaş yönetimi kavramı ilk defa Edward Freeman'ın (1984) "Stratejik Yönetim: Bir Paydaş Yaklaşımı (Strategic Management: A Stakeholder Approach)" adlı kitabında ortaya atılmış ve paydaş teorisinin gelişimi için zemin oluşturmuştur. Kitapta paydaş kavramını açıklamak için işletmelerin iç ve dış çevreleriyle ilişkileri olduğuna değinilmiştir. Freeman (1984), paydaşı; "Örgütlerin başarısından etkilenen ve/veya başarısını etkileyen bir grup veya birey" olarak tanımlamaktadır (Key, 1999, 319-320). Hawkins'e göre (2006: 143) ise paydaşlar, çalışanları, çalışanların ailelerini, toplum üyelerini, devleti, sivil toplum kuruluşlarını, rakipleri, bankaları veya yatırımcıları, tedarikçileri ve müşterileri kapsayan bir kavramdır.

Paydaş kavramı işletmenin iç ve dış çevresini kapsayan, işletme faaliyetlerinden beklenti ve fayda elde edebilen kişi, kurum veya topluluklarla ilgilidir. İşletmenin iç çevresinde yer alan çalışanlar, yöneticiler, hissedarlar ve sahipler işletmenin iç paydaşlarını oluşturmaktadır. İşletme dışı paydaşlar ise müşteriler, rakipler, tedarikçiler, hükümet, toplum, sivil toplum kuruluşları ve benzer ilgi sahibi grupları kapsamaktadır. Bununla beraber son yıllarda artan hızlı etkileşimle birlikte faaliyet gösteren işletmelerin sorumlu olduğu paydaş sayısı artış göstermiştir. Teknoloji alanındaki gelişmeler ve artan beklentiler ile birlikte işletme ve paydaş arasındaki bağ güçlenmiştir. Bu durum paydaş teorisi kavramının oluşmasında oldukça etkili olmuştur. Kavram doğrultusunda işletmeler rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilmek için iç ve dış paydaşları ile etkileşimlerini artırmıştır (Aktan, 2007:9).

Paydaş teorisinin benimsenmesi ile birlikte işletmeler paydaşlar açısından eşitsizliği engelleyebilmek için harekete geçmişlerdir. İşletmelerde sadece hissedar kazançları değil, aynı zamanda çalışanlar, müşteriler, toplum gibi diğer paydaş gruplarının çıkarları önemsenmeye başlamıştır (Hodgetts, 1996:75). Kısa vadeli karların yanı sıra uzun vadeli karı hedefleyen bir yönetim için işletmenin tüm paydaşlarının beklentilerini karşılamak, kalıcı ve etkili ilişkiler kurmak değer kazanmıştır (Reinig ve Tilt, 2009:177). İşletme paydaşları içinden sadece hisse sahiplerinin menfaatlerini gözeten anlayış, yerini tüm paydaşların çıkarlarını öncüleyen bir yaklaşıma bırakmıştır. Paydaş teorisi ile birlikte işletmeler etkin bir paydaş analizi gerçekleştirmekte ve bütün paydaşların çıkarlarını en üst düzeyde tutarak, paydaşlara yönelik sorumlulukları belirlemektedir (Sarıkaya, 2011:57).

Paydaş kavramı, işletmenin sınırlılıklarını, yükümlülüklerini ve yönetim şeklini yeniden biçimlendirmesine neden olmaktadır. Bunun sebebi, işletmenin başarılı bir şekilde sürdürülebilirliğinin sağlanmasında katkısı olan bütün grupların, işletme içinde farklı şekillerde etkisinin bulunmasıdır. Paydaş kavramı kurumların profilini yeniden şekillendirmekte, kurumun başarısını da geleceğini de yakından etkilemektedir. Bunun için paydaş yönetimi, kurumun varlığının devamında kilit görevi üstlenmektedir. Bunun için kurum çalışmalarında bütün

paydaşların ihtiyaçlarının dikkate alınıp karşılanması önem arz etmektedir (Özalp, Tonus ve Sarıkaya, 2008: 70).

### **2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi**

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı süreç içerisinde yapısal bağlamda şekil değişiklikleri geçirmiş ve zamanla evrilerek bugünkü halini almıştır. Günümüzde işletme ve toplum ikilisi, birbirleri üzerinde etkileri oldukça yüksek olan ve birbirlerinden ayrı düşünülemeyen iki kavramdır. Toplum, işletmelere yönelik beklentilerini açıkça ifade etmekte ve böylece işletmelerin davranış biçimlerini etkilemektedir. Eskiden işletmelerin sadece kar elde etmesi, sosyal sorumluluk açısından toplumun ihtiyaçlarını karşılar durumdayken, 2000'li yıllar ve sonrasında işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini, yasal gerekliliklerin ve kendi yararlarının ötesinde toplumsal bir fayda ile oluşturması gerekmektedir (McWilliams ve Siegel, 2001). Kurumsal sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimi aşağıda sırasıyla Dünya'da ve Türkiye'de ki gelişim süreci olmak üzere iki aşamada incelenmiştir.

#### **2.3.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Dünyadaki Gelişim Süreci**

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının geçmişi incelendiğinde tarihsel süreç içerisinde birtakım sosyal sorumluluk çalışmalarından söz edildiği görülmektedir. Tarih öncesi dönemlerde Sümer tabletlerinde işçi haklarına, M.Ö. 1800'lü yıllarda Hammurabi Kralı'nın Babil'de ticarete satın alan ve satış yapan tarafların sorumluluklarına yer verilmiştir. Ayrıca M.Ö. 4. yüzyılda Aristo'nun etik çalışması yaptığı ve iş etiği olgusundan söz ettiği bilinmektedir. Milattan sonra ise özellikle Kur'an ve Tevrat gibi kutsal kitaplarda iş hayatına yönelik sorumluluklardan söz edilmektedir (Yamak, 2007: 10-11). İslamiyet'teki zekât ve fitre gibi yardımların günümüzde de devam ettiği ve hayırseverlik uygulamaları ile birleştiği görülmektedir.

Tarihsel süreç içerisinde dünyada ticaretin liberalleşmesiyle birlikte hacminin büyümesi, kurumsal sosyal sorumluluğu görmezden gelen uygulamaların da artmasını beraberinde getirmiştir. Bu süreçte işçi sağlığı ve iş güvenliği dikkate alınmamış, insan hakları korunmamış, yolsuzluklar yapılmış ve serbest rekabet sağlanamamıştır. İş dünyası, iş insanlarının kişisel hırsları yüzünden birçok yanlış uygulamanın yeri haline gelmiştir. Bütün bu sosyal sorunlar 1830'da ilk kanunların yapılmasına neden olmuştur (Aktaran Yamak, 2007: 16, Bowen, 1953: 17). Modern anlamda kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının gelişimi ise özellikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD) kaynaklı olarak devam etmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk üzerine yapılan çalışmaların sanayileşme ile ortaya çıktığı görülmektedir. Bu dönemde devletin

yanı sıra ticari kuruluşların da toplumsal amaçları olduğundan 1895 yılında Amerikalı sosyolog Albion W. Small söz etmektedir. 1890'ların sonunda "Ticaret Etiği" dersi California Üniversitesinde okutulmaya başlamıştır (Epstein, 2002: 3).

Kurumsal sosyal sorumluluk, yirminci yüzyılın başında din adamlarının tartışmalarına konu olmuş ve varlıklı iş adamlarının fakir insanlara yardım etmesi önerilmiştir (Lantos, 2001). Sanayileşmeyle insanların şehirde yaşamaya başlaması ve bununla birlikte oluşan sosyal değişim ile beraberindeki sorunlar kurumların toplumsal rollerini daha fazla sorgulatmıştır. Bu süreçte ortaya çıkan sorunlara sivil toplum örgütleri tarafından giderilmiştir. 1920'lere kadar işletmeler, uygulamaları ve sorumlulukları açısından yoğun bir şekilde eleştirilmiştir. 1929 Ekonomik Krizi ve İkinci Dünya Savaşı ile bir durgunluğa giren kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ve tartışmaları son elli yıllık bir süreçte hızla gelişerek bugünkü halini almıştır. 1920'li yıllarda iş insanlarının toplum içindeki yerlerini ve önemlerini daha iyi kavramaya başladıkları görülmektedir. Zaman içinde yöneticilerin ve hissedarların dışındaki diğer tüm paydaşların da menfaatlerinin gözetildiği bir yaklaşım biçimi ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte 1920-1950 yılları arasında çevre, sanat ve kültür gibi topluma ilişkin faaliyetler henüz gerçekleştirilmemiştir. 1950 ve sonrasında kamuoyunun ısrarları sonucunda, iş insanları için sosyal sorumluluk olgusu dikkat çekmeye başlamıştır. 1960-1970 yılları arasında dünyadaki sosyal hareketler (savaş karşıtlığı, kadın hakları hareketleri, tüketici hakları vb.), kurumsal sosyal sorumluluğun toplumdaki yerini güçlendirmeye başlamıştır. Bu anlayışla işletmeler; kitlelere karşı sorumluluğu olduğunu anlamaya başlamışlar ve bu bağlamda çevreyi koruma, kültür ve sanat faaliyetlerinin düzenlenmesi konusunda üzerine düşeni yapmaya başlamışlardır. Ancak 1980'li yıllarda ABD' deki sosyo-ekonomik gelişmeler işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinde durgunluk yaratmıştır. 1990'lı yıllarda ise faaliyetler eski hareketliliğine dönmüş ve işletmelerin sosyal sorumluluğunu denetleyen sivil toplum hareketleri çoğalmaya başlamıştır. 2000'li yıllardan itibaren de kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmelerin toplum üzerinde olumlu bağlamda değişiklikler yaratmak için gerçekleştirildiği görülmektedir (Yamak, 2007: 15-85).

### **2.3.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Türkiye'deki Gelişim Süreci**

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının Türkiye'deki tarihsel gelişimi de aslında dünyadaki gelişim sürecinden çok da farklı değildir. Dini inançların yaptırımıyla başlayan ve hayırseverlik kültürüyle beslenen gelişim süreci, Osmanlı İmparatorluğu'nun sosyal hayat içinde kurumları çok önemsemesi ve desteklemesi ile ahi teşkilatı, lonca ve vakıfların varlığıyla devamlılığını sağlamıştır (Sert, 2012: 36). Ahilik teşkilatı, toplumun iyileştirilmesi için hizmet etmeyi görev olarak benimsemiş kimseler yetiştirmek adına oluşturulan bir teşkilat olarak

tanımlanmaktadır. Teşkilatı oluşturan kimseler cömert, yardımsever, konuksever, doğru ve dürüst kişilikleriyle öne çıkarak ekonomik, sosyal, siyasi ve askeri faaliyetlerde etkili olmuşlardır. Teşkilat, özellikle ticaret yapan tarafların iş ahlak ilkelerinin gelişmesi üzerinde güçlü etkilere sahiptir. (Gürsoy, 2003:211). Ayrıca Osmanlı İmparatorluğu'nda ticaret ile ilgilenen sınıfın, temelini ahlak ve geleneklerin oluşturduğu loncalar ile örgütlendiği görülmektedir. Loncalar tarafından kurulan dayanışma sandıkları sayesinde, esnaflar ihtiyaç sahiplerine yardım etme fırsatı elde etmişlerdir. Bunun yanı sıra Osmanlı İmparatorluğu'nda maddi güce sahip kimselerin devlet tarafından kurulan vakıflar aracılığıyla yardıma ihtiyacı olan kişilere ulaştıkları ve köprü, kütüphane, çeşme gibi kamu hizmetleri yapabildikleri bilinmektedir (Şenocak, 2009: 422-424). Bu bağlamda teşkilat, lonca ve vakıflar Türk milletinin sosyal, ekonomik ve kültürel alanda şekillenmesinde etkin rol oynamış ve sosyal sorumluluk kavramının yapı taşlarını oluşturmuştur.

Kurumsal sosyal sorumluluk, dünyada kırk yıldır etkin şekilde varlığını korurken bu durum Türkiye'de son on beş yıl içinde gerçekleşmiştir. Ülkemizde işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini 2000'li yıllardan sonra daha yoğun bir biçimde gerçekleştirdikleri görülmektedir. Ekonomik dengesizlikler, Türkiye'deki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin gecikmesinin ilk nedeni olarak gösterilmektedir. Ekonomik krizler ve enflasyon oranlarındaki artış, işletmelerin daha çok ekonomik bağlamdaki işlevlerine konsantre olmasına neden olmuştur. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelmelerinde, 2000'li yıllardaki kişi başına düşen milli gelirdeki yükseliş ile enflasyon seviyesindeki azalma gibi pozitif gelişmeler etken olmuştur. Türkiye'de meydana gelen başka bir olay, beraberinde kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımında gelişmeler yaratmıştır. 17 Ağustos 1999 yılındaki depremin ardından kurumsal desteklerin sağlandığı, bağışların yapıldığı ve yardım yapan işletmelerin toplum gözünde itibarlarının arttığı görülmektedir. Deprem sonrasında bu işletmeler, toplum refahını artırmak için yaptıkları yardım faaliyetlerini daha planlı bir şekilde gerçekleştirmeye başlamışlardır (Öztürk, M. C. vd, 2013: 9-10).

2001 yılında Türkiye'de yaşanan ekonomik kriz neticesinde, yıllık büyüme hızı %7,5 oranında düşmüş, gayri safi milli hâsıla ise 199,6 milyar Amerikan doları'ndan 145,2 milyar Amerikan doları'na inmiştir. Bununla beraber yaşanan kriz, özellikle bankacılık sektöründe binlerce işsiz yaratmış ve yüzlerce küçük ve orta büyüklükteki işletmenin iflas etmesine sebep olmuştur. Bu sonuç, kurumsal yönetime olan ihtiyacı ve ötesinde şeffaflık ve hesap verebilirlik konularında ciddi adımlar atılmasının önemini ortaya koymuştur (Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu, 2008: 7).

Türkiye'deki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, hayırseverlik sınırlarının dışına çıkmasında ve işletmelerin sosyal performanslarının artmasındaki önemli girişimlerden birisi Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin yayımlanması

olmuştur. İşletmelerin tüm faaliyetlerinde şeffaflığın ve hesap verilebilirliğin oluşmasını hedefleyen OECD'nin (Organisation for Economic Co-operation and Development, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) Kurumsal Yönetim İlkeleri halka açık işletmeler için Sermaye Piyasası Kurulu tarafından 2003 yılında yayımlanmıştır (Van HetHof ve Hoştut, 2015:7). Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk kavramının yaygınlaşması ve herkes tarafından kabul görmesi sonucunda, 2005 yılında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği kurulmuştur. Bu dernek, 2008 yılında kurumsal sosyal sorumluluk Avrupa üyeliği tarafından kabul görmüştür. Bu bağlamda Türkiye, kurumsal sosyal sorumluluk ilk raporunu 2008 yılında yayınlamıştır (Öztürk, M. C. vd., 2013: 10).

Türkiye'de zaman zaman yaşanan ekonomik ve siyasi dengesizlikler ve zaman zaman yaşanan olumlu gelişmeler Türk iş insanlarını bu şartlara uyumlu hareket etmeye yöneltmiştir. Sonuç olarak hem küresel piyasalarda yarışabilmek hem de Türkiye'deki hukuksal ve kurumsal gelişmeler ile faaliyet gösterdikleri alanın şartları bağlamında gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk uygulamalarıyla toplum içinde güven ve itibar kazanmaya çalışmışlardır (Cemek, 2004: 66).

## **2.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri**

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına olan ilgi küreselleşmeyle birlikte ivme kazanmıştır. Farklı uluslararası organizasyonlar, devlet ve özel sektör kuruluşları, hükümet ve hükümet dışı organizasyonlar bu konu üzerinde çalışmakta ve pek çok girişim ortaya çıkmaktadır. Aşağıda öncelikle uluslararası organizasyonlar tarafından başlatılan kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerine, daha sonra sivil toplum örgütleri tarafından oluşan girişimlere yer verilmiştir.

### **2.4.1. Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri**

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının önem kazanmasıyla birlikte uluslararası organizasyonlar tarafından konuyla ilgili çeşitli girişimlerde bulunmaya başlanmıştır. Bu girişimlerin en önemlileri aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

**Tablo 1.** Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler

Girişimin Adı	Tarih	Girişimin Amacı ve Kapsamı
ILO(International Labour Organization- Uluslararası Çalışma Örgütü) Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika ile ilgili İlkeler Üçlü Bildirgesi.	Cenevre,1977; Mart 2000 revize	Söz konusu bildirmede oluşturulan ilkeler; hükümetlere, çokuluslu işletmelere, işveren sendikalarına; eğitim, istihdam, çalışma ve yaşam koşulları, çalışan ilişkileri gibi konularda rehberlik etmektedir.
OECD Uluslararası ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi.	Paris, Haziran 2000.	Söz konusu bildirmede, çokuluslu işletmelerin yatırımda buldukları ülke ile, o ülkenin toplumuna karşı yükümlülükleri belirtilmiştir.
Birleşmiş Milletler, Küresel Sözleşmesi (Global Compact).	New York, Temmuz 2000.	İlgili sözleşme, işletmelerin faaliyet gösterdikleri alanlarda gerçekleştirmesi gereken çalışma standartları, insan hakları, çevreyi koruma ve yolsuzlukla mücadele konularını kapsayan ilkelerden oluşmaktadır.
Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), Finans Girişimi (Mali Kurumlarda Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınmaya İlişkin UNEP Deklarasyonu).	Paris, 1992, Mayıs 1997 revize.	Söz konusu bildirme, çevrenin korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması için gereken işbirliği bağlamında, finans sektöründe faaliyet gösteren işletmeler tarafından imzalanmıştır.
Avrupa Birliği: Avrupa Toplulukları Komisyonu, "Green Paper" (Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlgili Bir Avrupa Çerçevesinin Geliştirilmesi)	Temmuz, 2001.	Kurulun yayımlanmış olduğu belgelerde kurumsal sosyal sorumluluğun önemine vurgu yapılmış ve işletmeler tarafından gönüllü biçimde gerçekleştirilecek girişimlerin desteklenmesi istenmiştir.

**Kaynak:** <http://www.ceis.org.tr/dergiDocs/makale125.pdf>, (Erişim Tarihi: 11.02.2019)

Tablo 1 incelendiğinde, uluslararası organizasyonlar tarafından kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili girişimlere 1977 yılında Cenevre’de başladığı görülmektedir. İlerleyen yıllarda Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler gibi kuruluşların kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerine yönelik faaliyetlerde buldukları gözlenmektedir. Aşağıda bu girişimler ayrıntılı şekilde açıklanmıştır.

#### 2.4.1.1. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika ile İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO-International Labour Organization), Birinci Dünya Savaşı’nı bitiren Versay Antlaşması’nın bir parçası olarak 1919’da evrensel ve kalıcı barışın ancak sosyal adalete dayanıyorsa başarılabilirliği inancını yansıtmak amacıyla kurulmuştur. ILO’nun yaratılmasının itici güçleri; güvenlik, insani, politik ve ekonomik hususlardan

kaynaklanmıştır. Hükümetlerin, işverenlerin ve işçilerin icra organlarında temsilcilerinin bir araya getirilmesiyle başlayan süreç, türünün tek örneği olan üçlü bir organizasyonla sonuçlanmıştır (ILO, 2019). Günümüzde ILO, Cenevre'deki genel merkezinde ve 150'den fazla ülkede faaliyet gösteren yaklaşık 40 saha ofisinde 2700 memuru ile faaliyet göstermektedir. Bu görevlilerden 900'ü teknik işbirliği programlarında ve projelerinde çalışmaktadır (ILO, 2019).

ILO, sosyal adaletin evrensel ve kalıcı barış için gerekli görülen kuruluş misyonunu sürdürerek, sosyal adaleti ve uluslararası alanda tanınan insan ve iş haklarını desteklemeye adanmıştır. ILO; çalışma standartlarını belirlemek, politikalar geliştirmek, tüm kadınlar ve erkekler için uygun işleri teşvik eden programlar geliştirmek için hükümetleri, işverenleri ve 187 üye devletin işçi temsilcilerini bir araya getirmektedir. ILO tarafından belirlenen dört amaç aşağıda sıralanmaktadır (ILO, 2019);

- İşyerinde standartları, temel ilkeleri, hakları belirlemek ve teşvik etmek,
- Kadınlar ve erkekler için uygun istihdam ile gelir için daha büyük fırsatlar yaratmak,
- Herkes için sosyal korumanın kapsamını ve etkinliğini artırmak,
- Üçlü yapı ile sosyal diyalogu güçlendirmek.

ILO tarafından günümüze kadar yayımlanmış olan bildirilerden büyük bir kısmı kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile ilişkilidir. Bu bildirilerden en önemlisi 1977 yılında yayımlanmış olan “Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika ile İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesidir (Tripartite Declaration: Multinational Enterprises and Social Policy Declaration)” (Aktan ve Vural, 2007: 94). Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İle İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi'nde belirtilen ilkeler çokuluslu işletmelere, hükümetlere, işverenlere ve çalışanlara; iş, eğitim, çalışma ve yaşam koşulları ve endüstriyel ilişkiler gibi alanlarda kılavuzluk etmektedir. Bu rehber esas olarak uluslararası iş sözleşmeleri ve önerilerinde yer alan ilkelere dayanmaktadır. İlkeler herkes tarafından uyulmasının, insana yakışır işlere, ekonomik büyümeye ve sürdürülebilir kalkınmaya daha elverişli bir iklime katkıda bulunacağı kabul edilmektedir. Aşağıda temel ILO sözleşmeleri sunulmaktadır (ILO, 2019);

- Zorla Çalıştırma Sözleşmesi (1930): Bu temel sözleşme her türlü zorla veya zorunlu çalıştırma işini yasaklamaktadır. Zorunlu askerlik hizmeti, mahkumların denetimle çalıştırılmaları, toplumun doğrudan yararına olan toplumsal hizmetler gibi özel durumlar ilgili maddeye dahil edilmemiştir.
- Örgütlenme Özgürlüğü ve Örgütlenme Hakkının Korunması Sözleşmesi (1948): Bu temel sözleşme, işçilerin ve işverenlerin önceden seçmelerine gerek kalmadan kendi seçtikleri organizasyonları kurma ve katılma haklarını ortaya koymaktadır. İşçi ve işveren örgütleri serbestçe örgütlenme hakkına sahiptir ve idari makamlarca ertelenme veya askıya alınma yükümlülüğü yoktur. Uluslararası işçi ve işveren örgütlerine katılım



sağlanabilmektedir. Dolayısıyla işçi ve işverenler federasyon kurma ve katılma hakkına sahiptirler.

- Örgütlenme ve Toplu Sözleşme Hakkı Sözleşmesi (1949): Bu temel sözleşme, işçilerin sendika karşıtı ayrımcılık eylemlerine karşı yeterli korumaya sahip olmalarını sağlamaktadır.
- Eşit Ücret Sözleşmesi (1951): Bu temel sözleşme, erkek ve kadın işçilerin eşit ücrete sahip işlerde eşit ücretlendirme ilkesine uygun şekilde hareket edilmesine yönelik bir sözleşmedir.
- Zorla Çalıştırılmanın Yasaklanması Sözleşmesi (1957): Bu temel sözleşme, zorla çalıştırmanın siyasal zorlama ve eğitime, siyasal, sosyal veya ekonomik sistem ile ilgili ideolojik ifadelerin açıklanması nedeniyle cezalandırma, çalışma disiplinini sağlama, ırksal, sosyal, ulusal veya dini ayrımcılık ve greve katılımı cezalandırma aracı olarak kullanılmasını yasaklamaktadır.
- Ayrımcılık (İstihdam ve Meslek) Sözleşmesi (1958): Bu temel sözleşme, istihdam koşullarında ırk, renk, cinsiyet, din, siyasi görüş, ulusal kimlik veya sosyal kökene dayalı olarak yapılan ayrımcılıkları engellemek için hazırlanmıştır. Onaylayıcı devletlerin bu alanlardaki herhangi bir ayrımcılığı ortadan kaldırmak amacıyla, ulusal koşullara uygun yöntemlerle istihdam ve meslek açısından fırsat eşitliğini teşvik etmek üzere tasarlanmış bir ulusal politika ilan etmeleri gerekmektedir. Sözleşme, eğitime ve mesleki eğitime erişim ve istihdama erişim ile istihdam koşullarında yapılan ayrımcılıkları kapsamaktadır.
- Asgari Yaş Sözleşmesi (1973): Bu temel sözleşme, istihdama kabul için genel asgari yaşı belirlemektedir. Zorunlu temel eğitimin tamamlandığı yaştan küçük çocukların işe alınmayacağı ve bu doğrultuda çocuk işçiliğinin önüne geçilmesinin hedeflendiği sözleşmedir.
- Çocuk İşçiliğinin En Kötü Biçimleri Sözleşmesi (1999): Bu temel sözleşmede, 18 yaşın altındaki bir kişi, çocuk olarak tanımlanmakta ve çocuk işçiliğinin en kötü biçimlerini acilen ortadan kaldırmayı sağlayacak önlemler belirtilmektedir. Çocuk işçiliğinin en kötü biçimleri arasında çocukların köle olarak satılması ve ticareti, zorla çalıştırılması, silahlı çatışmalarda kullanılması, çocuk fuhuşu ve pornografisi, çocukların uyuşturucu üretimi ve ticareti gibi yasa dışı faaliyetlerde kullanılması ve çocukların sağlığına, güvenliğine ve ahlakına zarar verebilecek işler yaptırılması yer almaktadır. Sözleşmeyi onaylayan devletlerin, çocukların en kötü çocuk işçi çalıştırma biçimlerinden uzaklaştırılması ve rehabilitasyon ile sosyal entegrasyon için gerekli olan uygun yardımı sağlaması gerekmektedir.

### **2.4.1.2. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (The Organization for Economic Co-operation and Development-OECD) Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi**

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), 1961 yılında 2. Dünya Savaşı'nın yıkıcı etkilerinin giderilmesi amacıyla Türkiye'nin de içinde yer aldığı 20 ülke tarafından Paris'de kurulmuştur. Günümüzde OECD'ye üye ülke sayısı 36'dır. Kuruluşun toplam bütçesi ise 374 milyon euro'dur. OECD, hükümetlerin ekonomik büyüme ve finansal istikrar yoluyla refahı arttırıp yoksullukla mücadele etmelerine yardımcı olmak için geniş bir yelpazedeki konular hakkında zengin bir bilgi altyapısını kullanarak ekonomik ve sosyal kalkınmanın çevresel etkilerinin dikkate alınmasını sağlamaktadır. Gelişmiş ülkelerin geliştirmekte olan ülkelere yaptığı yardımlar, OECD içinde bu konuyla görevlendirilen Kalkınma Yardımları Komitesi (DAC) tarafından yürütülmektedir. Yardımların miktarı, yardım alabilme şartları gibi maddelerde birlikte hareket edilmektedir. Bu bildirgenin genel konu başlıkları; genel ilkeler, genel politikalar, saydamlık, istihdam ve endüstri ilişkileri, çevre, rüşvetle mücadele, tüketici çıkarları, bilim ve teknoloji, rekabet ve vergilendirme (OECD, 2019). Bildirgede yer alan ilgili sorumluluklar aşağıda kısaca açıklanmaya çalışılmıştır(OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2008:7-25);

- Saydamlık: İşletmeler faaliyetleri, mali durumu ve performansı hakkında zamanında, düzenli, güvenilir ve ilgili bilgilerin açıklanmasını sağlamalıdır. Bu bilgiler işletme için bir bütün olarak ve uygun olduğu durumlarda iş kolları veya coğrafi alanlar boyunca açıklanmalıdır. İşletmelerin ifşa politikaları, maliyetler, iş gizliliği ve diğer rekabetçi endişeler dikkate alınarak, işletmenin niteliğine, boyutuna ve yerine göre uyarlanmalıdır. İşletmeler; açıklama, muhasebe ve denetim için yüksek kalite standartlarını uygulamalıdır. İşletmeler, isim, yer ve yapı, ana teşebbüsün ve ana iştiraklerinin isimleri, adres ve telefon numaraları gibi temel bilgileri ifşa etmelidir.
- İstihdam ve Endüstri İlişkileri: İşletmeler; geçerli yasalar, düzenlemeler ve yürürlükteki iş ilişkileri ve istihdam uygulamaları çerçevesinde, çalışanlarının, sendikalar ve diğer iyi niyetli temsilciler tarafından temsil edilme haklarına saygı göstermeli, çalışanlara ve onların temsilcilerine işletmenin performansı ile ilgili veya işletmeyi doğru ve adil bir şekilde anlamalarını sağlayacak bilgileri sağlamalı, faaliyetlerinde iş sağlığı ve güvenliğini sağlamak için gerekli adımları atmalı, yerel personel istihdam etmek ve çalışan temsilcilerle uygun olan yerlerde ilgili resmi makamlarla işbirliği yaparak, beceri seviyelerini geliştirmek amacıyla eğitimler vermelidir.
- Çevre: İşletmeler; faaliyet gösterdikleri ülkelerdeki yasalar, düzenlemeler ve idari uygulamalar çerçevesinde ve ilgili uluslararası anlaşmalar, ilkeler, hedefler ve

standartlar göz önünde bulundurulduğunda, çevrenin, halk sağlığının ve güvenliğinin genel olarak faaliyetlerini, sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunacak şekilde yürütmelidir.

- **Rüşvetle Mücadele:** İşletmeler, doğrudan veya dolaylı olarak, ticari veya başka uygunsuz avantajlar elde etmek veya elde tutmak için rüşvet veya başka bir gereksiz avantaj teklif etmemeli, söz vermemeli veya talep etmemelidir. İşletmelerden de rüşvet ya da diğer gereksiz avantajlar getirmeleri istenmemeli veya beklenmemelidir.
- **Tüketici Çıkarları:** İşletmeler; tüketicilerle çalışırken, adil ticaret, pazarlama ve reklamcılık uygulamalarına uygun hareket etmeli ve sağladıkları mal veya hizmetlerin güvenliğini ve kalitesini sağlamak için tüm makul adımları atmalıdır.
- **Bilim ve Teknoloji:** İşletmeler faaliyet gösterdikleri ülkelerin bilim ve teknoloji politikaları ve planlarına ve yerel ve ulusal yenilikçi kapasitenin geliştirilmesine katkıda bulunmak için çaba sarf etmelidir. Yerel pazar ihtiyaçlarını ele almak için ev sahibi ülkelerde bilim ve teknoloji geliştirme çalışmaları yapılmalıdır. Ticari hedeflerle ilgili olduğunda, yerel üniversiteler, kamu araştırma kurumları ile bağlar geliştirilerek yerel endüstri veya endüstri birlikleri ile ortak araştırma projelerine katılmalıdır.
- **Rekabet:** İşletmeler, yürürlükteki kanun ve yönetmelikler çerçevesinde faaliyetlerini rekabetçi bir şekilde yürütmelidir.
- **Vergilendirme:** İşletmelerin, vergi yükümlülüklerini zamanında yerine getirerek ev sahibi ülkelerin kamu maliyesine katkıda bulunmaları önemlidir. Özellikle işletmeler, faaliyet gösterdikleri tüm ülkelerdeki vergi yasalarına ve düzenlemelerine uymalı ve bu yasa ve düzenlemelerin ruhuna uygun hareket etmek için her türlü çabayı göstermelidir.

OECD tarafından hazırlanmış olan Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi'ne göre işletmelerin faaliyet gösterdikleri ülkelerdeki yerleşik politikaların ve diğer paydaşların görüşlerinin dikkate alınması önem arz etmektedir. Ayrıca işletmelerin ve faaliyet gösterdikleri toplumun birbirlerine yönelik yükümlülüklerine değinildiği görülmektedir. Bu bağlamda bildirmede yer alan genel politika ilkelerine göre işletmeler(OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2008:7-25);

- Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesi amacıyla ekonomik, sosyal ve çevresel ilerlemeye katkıda bulunmalıdır.
- Faaliyetlerinden etkilenenlerin, ev sahibi hükümetin uluslararası yükümlülükleri ve taahhütleri ile tutarlı olarak insan haklarına saygı göstermelidir.
- Yerel toplum dahil olmak üzere iş dünyası ile yakın işbirliği yaparak yerel ticari kapasite geliştirilmeli, sağlam ticari uygulamalara duyulan ihtiyaçla tutarlı olarak, işletmenin iç ve dış pazarlardaki faaliyetlerini geliştirmelidir.

- Özellikle istihdam fırsatlarını yaratmalı ve çalışanlar için eğitim olanaklarını kolaylaştırmalı ve insan sermayesi oluşumu teşvik etmelidir.
- Çevre, sağlık, güvenlik, vergilendirme, finansal teşvikler veya diğer konularla ilgili yasal veya düzenleyici çerçevede öngörülmeven istisnalar sağlamaktan veya kabul etmekten kaçınmalıdır.
- İyi kurumsal yönetim ilkeleri desteklenerek başarılı kurumsal yönetim uygulamaları geliştirilmeli ve uygulanmalıdır.
- İşletmelerin faaliyet gösterdikleri toplum ile arasında karşılıklı güven ilişkisini geliştiren etkili özdenetim uygulamaları ve yönetim sistemleri geliştirilmeli ve uygulanmalıdır.
- Eğitim programları da dahil olmak üzere şirket politikaları hakkında çalışanların bilgilendirilmesi ve politikalara uyulması sağlanmalıdır.
- İşletmenin politikalarına aykırı uygulamalar ile ilgili iyi niyetli raporlar hazırlayan çalışanlara karşı disiplin cezası vermekten kaçınılmalı ve çalışanlar arası ayrımcılık yapılmamalıdır.
- Tedarikçiler ve taşeronlar dahil olmak üzere iş ortaklarının kılavuz ilkelerle uyumlu kurumsal davranış ilkeleri uygulamaları teşvik edilmelidir.
- İşletmeler, yerel siyasi faaliyetlere uygunsuz bir şekilde karışmaktan kaçınmalıdır.

#### **2.4.1.3. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (Global Compact)**

Birleşmiş Milletler, 2. Dünya Savaşı sonrasında dünya barışını ve güvenliğini korumak ve uluslararası toplumsal ve ekonomik iş birliğini sağlamak amacıyla 1945 yılında 51 ülkenin San Francisco'da bir araya gelerek oluşan bir kuruluştur. Şu anda 193 üye devletten oluşan uluslararası bir kuruluş olarak faaliyet göstermektedir. Birleşmiş Milletler'in misyonu ve çalışması, kuruluş tüzüğünde yer alan amaç ve ilkelere göre yönlendirilmektedir. Birleşmiş Milletler, barış ve güvenlik, iklim değişikliği, sürdürülebilir kalkınma, insan hakları, silahsızlanma, terörizm, insani yardımlaşma, toplumsal cinsiyet eşitliği, yönetim ve gıda üretimi gibi 21. yüzyılda insanlığın karşısına çıkan konular üzerine politikalar üretmektedir. Birleşmiş Milletlerin ana organları; Genel Kurul, Güvenlik Konseyi, Ekonomik ve Sosyal Konsey, Mütevelli Heyeti, Uluslararası Adalet Divanı ve Birleşmiş Milletler Sekreteryası'dır. Birleşmiş Milletler ayrıca üyelerine Genel Kurul, Güvenlik Konseyi, Ekonomik ve Sosyal Konsey ve diğer organ ve komitelerdeki görüşlerini ifade etmeleri için bir forum sunmaktadır. Kuruluş, kendi bünyesindeki üyeleri arasında diyalog sağlayarak ve müzakerelere ev sahipliği yaparak, hükümetlerin anlaşma alanları bulması ve sorunları birlikte çözmeleri için bir mekanizma haline gelmiştir (UN, 2019).

Davos'ta 1999 yılında yapılan Dünya Ekonomi Forumu'nda BM Genel Sekreteri Kofi Annan, ticaret dünyasının yöneticilerine, küresel ekonominin devamlılığı için toplumsal ve çevresel temeller oluşturulmasının gerekliliğinden bahsetmiş ve bu fikri paylaşan ülkeleri yatırımlarını dünya çapında ve bu temeller ölçeğinde gerçekleştirme teklifinde bulunmuştur. 26 Temmuz 2000'de Birleşmiş Milletler merkezinde faaliyete geçen Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, sürdürülebilirlik ve sorumlu iş uygulamaları konusunda kararlı şirketler için hem bir politika platformu hem de pratik bir çerçevedir. Çok paydaşlı bir liderlik girişimi olarak, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, insan hakları, iş gücü, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında ticari operasyonları ve stratejileri evrensel olarak kabul edilmiş on ilkeyle uyumlu hale getirmeyi amaçlamaktadır. Dünya çapında 160'tan fazla ülkede hemen hemen her sektörü ve büyüklüğü temsil eden katılımcı işletmelerle, dünyanın en geniş kurumsal sürdürülebilirlik girişimidir (Öztürk, M. C. vd., 2013: 99).

Kurumsal sürdürülebilirlik, bir işletmenin değer sistemi ve iş yapma ilkelerine dayalı bir yaklaşımla başlamaktadır. Bu, en azından insan hakları, iş gücü, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında temel sorumlulukları yerine getirecek şekilde çalışmak anlamına gelmektedir. Sorumlu işletmeler, buldukları her yerde aynı değerleri ve ilkeleri uygular ve bir alandaki iyi uygulamaların bir başkasına zarar vermeyeceğini bilirler. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin On İlkesini stratejilere, politikalara ve prosedürlere dahil ederek ve bir bütünlük kültürü kuran işletmeler yalnızca insanlara ve gezegene karşı temel sorumluluklarını yerine getirmekle kalmaz, aynı zamanda uzun vadeli başarı için de zemin hazırlarlar. Aşağıda öncelikle Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin On İlkesine yer verilmiş ve sonrasında tabloda küresel ilkeler sözleşmesiyle ilgili bilgiler sunulmuştur(UnGlobalCompact, 2019);

- İnsan hakları
  - İlke 1: İş dünyası, ilan edilen insan haklarını desteklemeli ve bu haklara saygı duymalıdır.
  - İlke 2: İşletmeler, insan hakları konusunda ihlaller yapmamalıdır.
- İşgücü
  - İlke 3: İşletmeler, örgütlenme özgürlüğünün ve toplu pazarlık hakkının etkin bir şekilde tanınmasını sağlamalıdır.
  - İlke 4: Her türlü zorla ve zorunlu çalıştırmaya son verilmedir.
  - İlke 5: Çocuk işçiliği etkili şekilde kaldırılmalıdır.
  - İlke 6: İşe alım ve işe yerleştirmede ayrımcılığa son verilmelidir.
- Çevre
  - İlke 7: İş dünyası çevre sorunlarına karşı ihtiyati yaklaşımları desteklemelidir.
  - İlke 8: Daha fazla çevresel sorumluluğu teşvik etmek için girişimlerde bulunulmalıdır.
  - İlke 9: Çevre dostu teknolojilerin gelişmesi ve yaygınlaşması desteklenmelidir.
- Yolsuzlukla Mücadele

İlke 10: İş dünyası, rüşvet ve haraç dahil her türlü yolsuzlukla mücadele etmelidir.

Tablo 2.'de, küresel ilkeler sözleşmesinin neleri kapsadığı ve nelerin dışında kaldığı ile ilgili bilgiler açıklanmaktadır.

**Tablo 2.** Küresel İlkeler Sözleşmesi Nedir? Ne Değildir?

<b>Küresel İlkeler Sözleşmesi Nedir?</b>	<b>Küresel İlkeler Sözleşmesi Ne Değildir?</b>
Sürdürülebilir gelişmeyi ve iyi kurumsal vatandaşlık uygulamalarını destekleyen gönüllü bir girişimdir.	Yasal olarak bağlayıcı değildir.
Evrensel olarak kabul edilmiş prensiplere dayalı ilkeler bütünüdür.	Kurumun davranışlarını ve ilgili konulara uyumunu denetlemekle yükümlü değildir.
Kurumlar ve diğer paydaşlar arasında bir iletişim sağlar.	Bir standart yönetim sistemi ya da yönetmelik değildir.
Öğrenmeye dayalı ve deneyimlerin paylaşımına açık bir forumdur.	Düzenleyici bir yapıya sahip değildir.
	Bir halkla ilişkiler kanalı değildir.

**Kaynak:**[https://www.unglobalcompact.org/docs/networks\\_around\\_world\\_doc/Network\\_material/After\\_the\\_Signature\\_in\\_Turkish.pdf](https://www.unglobalcompact.org/docs/networks_around_world_doc/Network_material/After_the_Signature_in_Turkish.pdf) Erişim Tarihi: 01.03.2019)

Küresel ilkeler sözleşmesi her sektörde kullanılan bir sözleşmedir. Günümüzde işletmeler kurumsal web sitelerinde ve yayımladıkları kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında, küresel ilkeler sözleşmesi ilkeleri bağlamında gerçekleştirdikleri faaliyetlere yer vermektedirler. Küresel ilkeler sözleşmesinde yer alan maddeleri benimseyerek faaliyet alanlarında maddeler doğrultusunda uygulamalar gerçekleştiren işletmeler, olumlu geri dönüşler almaktadır. Küresel ilkeler sözleşmesinin işletmeler üzerindeki doğrudan veya dolaylı etkileri aşağıdaki tabloda açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 3. incelendiğinde, Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin işletmeler üzerinden topluma ve çevreye doğrudan ve dolaylı sağladığı birçok fayda olduğu görülmektedir. Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin işletmeler üzerindeki doğrudan faydaları incelendiğinde, genel olarak paydaşların bu sayede kolay iş birliği yapabilmesi ve bunun paydaşlar arasındaki iletişimi olumlu etkilemesi gözlemlenmektedir. Bununla birlikte işletmeler için hesap verilebilirlik ve şeffaflık aracılığı ile yükselen marka değeri ve itibar, çalışanlar için artan motivasyon, maliyetlerin azaltılmasıyla verimli üretimin artması gibi etkiler ise işletmeler üzerinden dolaylı yoldan sağlanan faydalar arasında yer almaktadır.

**Tablo 3.** Küresel İlkeler Sözleşmesinin Etkileri

Doğrudan Etkileri	Dolaylı Etkileri
Kritik konularla ilgili diğer işletmeler, sivil toplum kuruluşları, işçi örgütleri ve hükümetlerle iş birliği yaparak iletişim kurmak için küresel ve yerel fırsatlar.	Kurumsal uygulamalar evrensel değerler baz alınarak gerçekleştirildiği için özellikle gelişmekte olan ülkelerde artan operasyon yetkisi ve yasallık.
Büyük sorunlarla karşılaşıldığında pratik çözümler ve stratejiler için ilham verici doğru uygulamaların ve deneylerin paylaşılması.	Özellikle toplumsal beklentilerin değişen kapsamı göz önüne alındığında, tüketicilerin ve yatırımcıların gözünde artan marka değeri ve yükselen itibar.
Birleşmiş Milletlerin gelişmesiyle ilgili sivil toplum kuruluşları ve diğer paydaşlarla bir araya gelebilme ve onlara ulaşabilme gücü.	Çalışanların motivasyonun ve veriminin artması ve kaliteli istihdamın kurumsal bağlılığı sağlarken yenilerinin ilgisini çekebilme şansı.
Birleşmiş Milletlerin devletler, iş dünyası, sivil toplum kuruluşları ve diğer paydaşlarla bir araya gelebilme ve onlara ulaşabilme gücü.	Hammaddenin daha iyi kullanımı ve atık yönetimi gibi yollarla operasyon maliyetlerinin düşürülerek üretimin daha verimli hale getirilmesi. Halka açık ilerleme iletişimi uygulamaları aracılığıyla hesap verebilirliğin ve şeffaflığın temin edilmesi.

**Kaynak:**([http://www.unglobalcompact.org/docs/networks\\_around\\_world\\_doc/Network\\_material/After\\_the\\_Signature\\_in\\_Turkish.pdf](http://www.unglobalcompact.org/docs/networks_around_world_doc/Network_material/After_the_Signature_in_Turkish.pdf) Erişim Tarihi: 01.03.2019)

#### 2.4.1.4. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) Finans Girişimi

Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi (United Nations Environmental Program Finance Initiative-UNEP FI), UNEP ile 1992 Dünya Zirvesi bağlamında sürdürülebilir finansman sağlamak için oluşturulan küresel finans sektörü arasındaki ortaklıktır. Bankalar, sigorta şirketleri ve yatırımcılar da dahil olmak üzere 230'un üzerinde finans kuruluşu, günümüzün çevresel zorluklarını, finanse edilmesi gereken konuları ve bunlara aktif olarak katılmayı teşvik etmek için UNEP ile birlikte çalışmaktadır. Söz konusu girişim, 1991 yılında Deutsche Bank, HSBC Holdings, Natwest, Kanada Kraliyet Bankası ve Westpact gibi küçük bir ticari banka grubunun, bankacılık sektörünün çevre gündemiyle ilgili farkındalığını arttırmak için UNEP ile güçlerini birleştirilmesiyle başlatılmıştır. 1992 yılının Mayıs ayında New York'ta Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Bankaları tarafından hazırlanan UNEP bildiri başlatılmış ve Bankacılık Girişimi kurulmuştur. Finansal kurumlar tarafından Sürdürülebilir Kalkınma Taahhüt'ü ise 2011 yılında kesinleştirilmiştir. Finansal kurumlar söz konusu bildirgeyi imzalayarak, finansal hizmetler sektörünün ekonomiyi ve yaşam biçimlerini sürdürülebilir hale getirme ve çevresel ve sosyal düşüncelerin faaliyetlerinin tüm yönleriyle bütünleşmesindeki rolünü açıkça tanımıştır. UNEP Finans Girişimi'ne katılmak isteyen tüm finansal kuruluşlar bildirgeye uymak zorundadır. Bildirgede yer alan önemli maddeler; sürdürülebilir kalkınmaya

bağlılık, sürdürülebilirlik yönetimi, kamu bilinci ve iletişim başlıkları altında sunulmaktadır. Aşağıda Finansal Kuruluşların Sürdürülebilir Kalkınma Üzerine Taahhütleri Bildirgesi'nde yer alan başlıklara ve ilkelere yer verilmiştir (UNEPFI, 2019);

#### *Sürdürülebilir Kalkınmaya Bağlılık*

Gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerinden ödün vermeden, mevcut ihtiyaçları karşılayan bir gelişme olarak tanımlanan sürdürülebilir kalkınma, sağlam iş yönetiminin temel bir yönü olarak görülmektedir.

Piyasaların uygun maliyet etkin düzenlemeler ve ekonomik araçlar çerçevesinde çalışmasını sağlayarak sürdürülebilir kalkınmanın en iyi şekilde sağlandığı savunulmaktadır.

Finansal kurumlar, diğer ekonomik sektörlerle ve tüketicilerle etkileşimleri ve kendi finansman, yatırım ve ticaret faaliyetleri yoluyla sürdürülebilir kalkınmaya önemli katkılar yapan kurumlar olarak görülmektedir.

Sürdürülebilir kalkınmanın kurumsal bir taahhüt olduğu ve hem iyi kurumsal vatandaşlık arayışının hem de sağlıklı iş uygulamaları temellerinin bir parçası olduğu kabul edilmektedir.

- Küresel çevre gündeminin genişlemesi ve iklim değişikliğinin daha büyük kalkınma ve güvenlik sorunları getirmesi nedeniyle sürdürülebilir kalkınma gündeminin insani ve sosyal meselelerle gittikçe daha fazla bağlantılı olduğu kabul edilmektedir.

#### *Sürdürülebilirlik Yönetimi*

- Çevre ve toplum üzerindeki olası olumsuz etkileri tahmin etmek ve önlemek için çalışan çevresel ve sosyal konulara karşı ihtiyati yaklaşımlar desteklenmektedir.
- Çevresel ve sosyal konulardaki geçerli tüm yerel, ulusal ve uluslararası düzenlemelere uyulmaktadır.
- Çevresel ve sosyal riskleri tanımlamanın ve ölçmenin hem yerel hem de uluslararası operasyonlarda normal risk değerlendirme ve yönetim sürecinin bir parçası olması gerektiği bilinci oluşturulmaktadır.
- Enerji ve su verimliliği, geri dönüşüm ve atık azaltma dahil olmak üzere çevre yönetiminde en iyi uygulamayı yapma gayreti hedeflenmektedir.
- Sürdürülebilirlik yönetimine ilgili gelişmeleri dahil etmek için uygulamalar periyodik olarak güncellenecektir.
- Düzenli iç incelemeler yapma ve sürdürülebilirlik hedeflerine karşı ilerleyişi ölçme ihtiyacı ile ilgili bilinç oluşturulmuştur.
- Finansal hizmetler sektörünün, sürdürülebilir kalkınma ilkelerini destekleyecek ürün ve hizmetleri uyarlaması ve geliştirmesi gerektiği düşünülmektedir.

#### *Kamu Bilinci ve İletişim*



- Finansal kurumlar, sürdürülebilirlik politikaları için bir beyanname oluşturmalı ve yayınlamalıdır.
- Çevresel ve sosyal riski azaltmak ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek için ilgili bilgiler müşterilerle paylaşılmalıdır.
- Sürdürülebilirlik ile ilgili konularda hissedarlar, çalışanlar, müşteriler, düzenleyiciler, politika yapıcılar ve halk dahil olmak üzere ilgili paydaşlarla şeffaflık teşvik edilmelidir.
- Bu bildirim ilkelerini ve hedeflerini iletirmek için Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ile birlikte çalışılacaktır.
- Diğer finansal kuruluşları bu beyanı desteklemek için teşvik edilecektir.
- Finansal hizmetler sektörü olarak diğer sektörlerdeki işletmelerin bu tür girişimleri için yardım etmek hedeflenmektedir.
- Bu beyanı imzalayanların gerçek ilerleme kaydetmesini beklemek için UNEP ile periyodik olarak çalışılacaktır.

#### **2.4.1.5. Avrupa Birliği Yeşil Sayfa (GreenPaper) Girişimi**

Avrupa Birliği'nde kurumsal sosyal sorumluluk yönünde ilk girişim, Avrupa Toplulukları Komisyonu (Commission of The European Communities) tarafından Temmuz 2001 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Komisyon, Yeşil Sayfa (GreenPaper) adıyla bir belge (Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility) hazırlamıştır. Belge içerisinde kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin gönüllülük esasına dayalı olarak sosyal ve çevresel endişeleri, örgütsel faaliyetleriyle ve sosyal paydaşlarıyla olan etkileşimleriyle entegre ettiği bir kavram olarak tanımlanmıştır (GreenPaper, 2001: 6).

Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından belgede kurumsal sosyal sorumluluk konusunda belirlenmiş olan ilkeler şunlardır (GreenPaper, 2002: 8);

- Kurumsal sosyal sorumluluk gönüllü bir girişimdir.
- Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının şeffaf olarak yürütülmesi gereği vardır.
- Toplum katılımının değer kattığı faaliyetlere odaklanılmalıdır.
- Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda ekonomik, sosyal, çevresel ve tüketici çıkarlarının korunmasını dahil eden bütünsel bir yaklaşım benimsenmelidir.
- Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda KOBİ'lerin özellikleri ve ihtiyaçları göz ardı edilmemelidir.
- Mevcut uluslararası anlaşmalar ve bildirimler ile destek ve uyumluluk sağlanmalıdır.

## 2.4.2. Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri

Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda artan bilinç ile birlikte uluslararası organizasyonların yanı sıra sivil toplum kuruluşları da bu alanda çeşitli çalışmalar gerçekleştirmektedirler. Sivil toplum kuruluşları ve diğer organizasyonlar tarafından başlatılan kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerine ait bilgiler aşağıdaki Tablo 4'te sunulmaya çalışılmaktadır. Daha sonra her bir girişim alt başlıklar halinde açıklanmaya çalışılmıştır.

**Tablo 4.** Sivil Toplum Kuruluşları ve Diğer Organizasyonlar Tarafından Başlatılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri

Girişimin Adı	Tarih	Girişimin Amacı ve Kapsamı
CERES İlkeleri	ABD, 1989	Bu ilkeler; sürdürülebilir çevre için gerekli faaliyetler ilgili maddelerden oluşmaktadır.
Caux İlkeleri	Minnesota,1994	Bu ilkeler, toplumsal sorumluluk ilişkilerinin geliştirilmesi için ülkelerde işbirliğinin oluşmasını amaçlayan bir girişimdir.
Küresel Sullivan İlkeleri	ABD Kasım,1999	Bu ilkeler; insan haklarının korunması, çocuk işçi çalıştırma ile mücadele, ayrımcılığa son verilmesi ve sosyal adaletin sağlanmasına yönelik oluşturulmuştur.
Küresel Raporlama Girişimi	Boston,1997- 2002 revize	İşletmelertarafından oluşturulan çalışma şartları ile mal ve hizmetlerin çevresel, ekonomik ve sosyal ölçülere uyumunu raporlayan bir girişimdir.
SA8000	Londra,1998- 2002 revize	Çocuk işçi çalıştırma, iş sağlığı ve güvenliği ve çalışma saatleri gibi iş hayatındaki sorunların denetlenmesi için oluşturulan bir girişimdir.
AccountAbility1000	Londra,1999- 2002 revize	İşletmeler içinde iş ahlakının denetlenmesi ve raporlanması için oluşturulmuştur.
Dünya Ekonomik Forumu: Küresel Vatandaşlık Deklarasyonu	Davos, 2001	Bu bildiride, iş dünyasının insan hakları, çevre, ahlak, emek gibi konularda uluslararası standartlara uyum sağlaması konusu işlenmektedir.
FTSE4 Good Endeksi	Londra, 1995	İşletmelerde sürdürülebilir çevrenin sağlanması için faaliyetler gerçekleştirmek, insan haklarını desteklemek, olumlu paydaş ilişkileri geliştirmek gibi konuları kapsayan sosyal sorumluluk göstergesidir.

**Kaynak:** <http://www.ceis.org.tr/dergiDocs/makale125.pdf>, (Erişim Tarihi: 17.01.2019).

### 2.4.2.1. CERES İlkeleri

CERES, 1989 yılında ekonomide liderlik kurmak ve çözümler üretmek için en etkili yatırımcılarla ve işletmelerle sürdürülebilirlik için çalışmak amacıyla kurulmuş kâr amacı gütmeyen bir organizasyondur. Kuruluş; iklim değişikliği, su kıtlığı ve kirliliği, doğal kaynakların korunması ve insan hakları ihlalleri dâhil olmak üzere dünyanın en büyük sürdürülebilirlik zorluklarına çözüm üretmeye çalışmaktadır. Bu amaçla ekonomiyi ve gezegeni koruyan alternatif çözümler yaratarak, dünyanın en büyük sürdürülebilirlik sorunlarının üstesinden gelmek için yatırımcılarla ve işletmelerle iş birlikleri kurmaktadır (CERES, 2019).

CERES ilkeleri, çevrenin korunmasına yönelik başlıca 10 ilkedен oluşmaktadır. Bu ilkeler; biyosferin korunması, doğal kaynakların sürdürülebilirliği, atıkların azaltılması ve imha edilmesi, enerjinin korunması, riskin azaltılması, güvenli ürün ve hizmetler sunmak, çevrenin onarımı, kamunun bilgilendirilmesi, çevre müdürleri ve yöneticilerle değerlendirme ve denetimdir. (Aktan ve Vural, 2007: 13). CERES ilkeleri aşağıda maddeler halinde açıklanmaya çalışılmıştır (CERES Principles, 2019);

- **Biyosferin Korunması:** Havaya, suya, toprağa veya onun sakinlerine çevresel zarar verebilecek kirleticilerin salınımını en aza indirmek için çaba gösterilmelidir.
- **Doğal Kaynakların Sürdürülebilir Kullanımı:** Su, toprak ve orman gibi yenilenebilir doğal kaynaklar sürdürülebilir şekilde kullanılmalı ve yenilenemeyen doğal kaynakların ise verimli kullanımı sağlanmalıdır.
- **Atıkların Azaltılması ve İmha Edilmesi:** Tüm atıklar, güvenli ve sorumlu yöntemlerle azaltılmalı ve yok edilmelidir.
- **Enerjinin Korunması:** Çevresel olarak güvenli ve sürdürülebilir enerji kaynaklarını kullanmak için her türlü çaba gösterilmelidir. Faaliyetlerde, enerji verimliliğinin ve korunumunun iyileştirilmesine yatırım yapılmalıdır.
- **Riskin Azaltılması:** Güvenli teknolojiler ve işletme prosedürleri kullanılarak ve acil durumlar için sürekli hazırlık yapılarak, çalışanlar ve toplumlar için çevresel sağlık ve güvenlik riskleri en aza indirilmelidir.
- **Güvenli Ürün ve Hizmetler Sunmak:** Olumsuz çevresel etkileri en aza indiren ve tüketicilerin yaygın olarak kullandığı güvenli ürün veya hizmetler satılmalıdır. Tüketiciler, ürün veya hizmetlerin çevresel etkileri hakkında bilgilendirilmelidir.
- **Çevrenin Onarımı:** Çevreyi tamamen iyileştirmek ve olumsuz etkilenen kişilere tazminat vermek için her türlü çaba gösterilerek çevreye verilen zararın sorumluluğu üstlenilmelidir.

- Kamunun Bilgilendirilmesi: Çalışanlara ve çevreye zarar veren ya da sağlık ve güvenlik tehlikesi yaratan faaliyetlerle ilgili kamu olayları ifşa edilmelidir. Faaliyetlerden kaynaklanan potansiyel çevresel, sağlık veya güvenlik tehlikeleri açıklanmalıdır.
- Çevre Müdürleri ve Yöneticiler: CERES ilkelerini uygulamak için yönetim kaynakları iyileştirilmelidir. Çevre işlerinden sorumlu bir yönetim kurulu komitesi kurulmalıdır. Yönetim kurulunun en az bir üyesi, işletmeden önce gelecek çevresel çıkarları temsil etmeye yetkili bir kişi olmalıdır.
- Değerlendirme ve Denetim: Bu ilkeleri uygulamada ve dünya çapındaki faaliyetlerde geçerli yasa ve düzenlemelere uyumun ilerlemesinin yıllık bir öz değerlendirmesi yapılarak halka açıklanmalıdır.

#### 2.4.2.2. Caux İlkeleri

Küreselleşme, sunduğu faydaların yanı sıra sosyal ve ekonomik açıdan bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Söz konusu sorunlara çözüm bulmak için kurulan girişimlerden biri de CAUX Roundtable'dır. Bu yuvarlak masa girişimi; Avrupa, Japonya ve ABD'deki işletme CEO'ları tarafından oluşturulmuştur. Yuvarlak masa, ekonomide artan gergin ortamı yumuşatmak için, 1986 yılında PhilipsElectronics'in eski başkanı Frist Philips ve Avrupa İşletme ve Yönetim Enstitüsü' nün (EuropeanInstitute of Business Administration) eski başkan yardımcısı OlivierGiscardd'Estaingtarafından kurulmuştur. Yuvarlak masa üyeleri, ülkeler arasında var olan ekonomik ve sosyal ilişkilerin iyileştirilmesi ve diğer ülkelerle işbirliği gerçekleştirerek işletme sorumlulukların belirlenmesi amacıyla çalışmaktadır (Öztürk, M. C. vd., 2013: 103)

Oluşturulan iş ilkeleri on iki dilde yayınlanmış, çok sayıda ders kitabında ve makalede yeniden basılmış ve dünya çapında işletme okulu müfredatlarında kullanılmıştır. İlkeler, iş kararlarında temel etik normları uygulamaktadır İlkeler, işletme liderleri için iş liderleri tarafından formüle edilmiş en kapsamlı sorumlu iş uygulamaları bildirimini kabul edilmektedir. Sorumlu işletme ilkeleri, paydaş yönetimi ilkeleri, devlet ilkeleri, iyi vatandaş ilkeleri, varlık mülkiyeti ilkeleri, sivil toplum kuruluşu ilkeleri olmak üzere toplam altı başlık altında tüm paydaşların yükümlülüklerine ilişkin ilkelerden oluşmaktadır (Cauxroundtable, 2019). Aşağıda söz konusu ilkeler açıklanmaktadır(Cauxroundtable Principles, 2019);

- Sorumlu işletme ilkeleri, paydaşlara ve çevreye saygı göstermek, sosyo-ekonomik kalkınmaya katkı sağlamak, kural ve sözleşmelere uymak, yasadışı faaliyetlerden kaçınmak gibi sorumlu iş uygulamalarına yönelik Caux Yuvarlak Masası'nın temelini oluşturan yedi temel ilkedен oluşmaktadır.

- Paydaş yönetimi ilkeleri altında oluşturulan kurallar, iş ilkelerini tamamlamaktadır. Kilit paydaşlar olarak belirlenen müşteriler, çalışanlar, pay sahipleri, tedarikçiler, rakipler ve topluma yönelik davranış kuralları oluşturmaya yardımcı olmaktadır.
- Devlet ilkeleri, başarılı bir hükümetin uyum göstermesi gereken sekiz ilkedен oluşmaktadır. Kötü hükümet yoksulluk ve sivil huzursuzluğa bir kestirme yoldur. Daha iyi bir hükümetin artan özel yatırımları çekeceği ve daha fazla insan için zenginlik yaratacağı düşünülmektedir.
- İyi vatandaş ilkeleri, iyi bir toplumun iyi insanlardan oluşabileceği düşüncesine dayanarak hazırlanmış on ilkedен oluşmaktadır. İlkeler insanların adil, dengeli, çalışkan, dürüst davranmalarına yöneliktir.
- Varlık mülkiyeti ilkeleri, varlığın her türünün sermaye getirisinden oluştuğunu ifade eden ve sürdürülebilir bir servet sahipliği için bilinçli yaklaşımın gerektiğini belirten altı ilkedен oluşmaktadır.
- Sivil toplum kuruluşu ilkeleri, sivil toplum kuruluşlarının sahip olması gereken şeffaflık, hesap verilebilirlik, hukuka saygı, bütünlük, bağımsızlık, kamu yararı gibi özellikleri içeren sekiz ilkedен oluşmaktadır.

#### 2.4.2.3. Küresel Sullivan İlkeleri

Küresel Sullivan İlkeleri adını Güney Afrika'da faaliyet gösteren ABD şirketlerini, o ülkenin baskıcı ırkçı politikalarına karşı durmaları konusunda cesaretlendiren bir kampanya yürüterek uluslararası öneme sahip bir sivil haklar lideri olan Leon H. Sullivan'dan almaktadır. Küresel Sullivan İlkelerinin amacı, ticaret yaptıkları işletmeler tarafından ekonomik, sosyal ve politik adaleti desteklemek, insan haklarını desteklemek ve karar alma komiteleri ve kurullarında ırk ve cinsiyet çeşitliliği de dahil olmak üzere her düzeydeki istihdamda eşit fırsatları teşvik etmek, dezavantajlı işçileri gözetim ve yönetim fırsatları için eğitmek ve ilerletmek, halklar arasında daha fazla hoşgörü ve anlayışa yardımcı olmak, topluluklar, işçiler, eşit haklara sahip çocuklar için yaşam kalitesinin yükseltilmesine yardımcı olmaktır. Bu bağlamda Küresel Sullivan İlkeleri yasal sınırlara, insan haklarına ve çevreye gösterilen özeni konu alan sekiz maddeden oluşmaktadır (Hrlibrary, 2019). Leon H. Sullivan, Küresel Sullivan İlkeleri'ni Kasım 1999'da Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kofi Annan'ın yaptığı özel bir toplantıda açıklamıştır. Sekiz maddeden oluşan Küresel Sullivan İlkeleri aşağıda yer almaktadır (Alexis, 2014:1-2);

- Çalışanlara, operasyonların yapıldığı toplumlar ile müşterilere adil ve eşit bir şekilde davranarak insan haklarına saygı göstermek.

- Çalışanlara iyileştirme ve ilerleme için eşit fırsatlar sunmak ve savunmasız grupları sömürmekten kaçınmak.
- Çalışanların sendikalaşma ve sivil toplum kuruluşlarına katılma haklarına saygı göstermek.
- Çalışanlara adil tazminat sağlamak.
- Sürdürülebilir kalkınmaya katılarak işçilerin ve toplumun sağlığını korumak.
- Yasalar ve fikri mülkiyet hakları konusunda bilinçli davranmak.
- Faaliyet gösterdiği topluluklara olumlu katkıda bulunmak.
- Bu ilkeleri teşvik etmek ve yayılmasını savunmak.

#### **2.4.2.4. Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative-GRI)**

Küresel Raporlama Girişimi (GRI), 1997'den bu yana sürdürülebilirlik raporlamasına öncülük eden ve Hollanda'nın Amsterdam kentinde bulunan bağımsız bir uluslararası organizasyondur. Organizasyon; Brezilya, Çin, Kolombiya, Hindistan, Güney Afrika ve ABD'deki bölgesel merkezleri aracılığıyla küresel bir izleyici kitlesine hizmet vermektedir. GRI raporları 100'den fazla ülkede üretilmektedir. GRI, dünya genelindeki işletmelere ve hükümetlere; iklim değişikliği, insan hakları, yönetim ve sosyal refah gibi kritik sürdürülebilirlik konularındaki etkilerini anlama ve aktarmalarında yardımcı olmaktadır. GRI Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları, gerçek çok paydaşlı katkılarla kamu yararı için geliştirilen ve sürdürülebilirlik raporlaması için ilk ve en yaygın olarak kabul edilen küresel standartlardır. Bu raporlama standartları, GRI'nin 1997'de kurulmasından bu yana artan sayıdaki örgüt tarafından kabul edilen şimdiki halini almıştır. Günümüzde dünyanın en büyük 250 şirketinin %93'ü sürdürülebilirlik performanslarını bildirmektedir. İşletmelerin sürdürülebilirlik bilgilerini açıklama uygulaması hesap verebilirliği teşvik etmeye, riskleri tanımlamaya ve yönetmeye yardımcı olarak işletmelerin yeni fırsatları yakalamalarını sağlamaktadır. GRI Standartları, kamu ve özel, büyük ve küçük işletmeleri desteklemekte, çevreyi korumakta ve toplumu iyileştirmektedir. Aynı zamanda yönetimi ve paydaş ilişkilerini iyileştirmektedir. İşletmelerin itibarlarının artmasına ve bu bağlamda güven inşa ederek ekonomik olarak büyümelerine yardımcı olmaktadır. Sosyal refah üzerindeki etkileri arasında daha az çevresel zarar, temiz suya erişim, daha az çocuk ve zorla çalıştırma ve toplumsal cinsiyet eşitliği gibi konular dikkat çekmektedir. Bu bağlamda GRI, işletmeler için sürdürülebilirlik faaliyetlerinin raporlamasını standart bir biçim alması için çalışmaktadır (Globalreporting, 2019).

GRI Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları, bir dizi ekonomik, çevresel ve sosyal etki hakkında kamuya açık olarak raporlamada küresel en iyi uygulamayı temsil etmektedir. Standartlara dayalı sürdürülebilirlik raporlaması, bir kuruluşun sürdürülebilir kalkınmaya

olumlu ya da olumsuz katkıları hakkında bilgi sağlamaktadır. Birbiriyle ilişkili GRI Standartları, öncelikli konulara odaklanmış bir sürdürülebilirlik raporu hazırlamak için set olarak kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Üç evrensel standart, sürdürülebilirlik raporu hazırlayan her işletme tarafından kullanılmaktadır. Bir raporun GRI Standartlarına uygun olarak hazırlanması, bir işletmenin öncelikli konularına, bunlara ilişkin etkilerine ve bunların nasıl yönetildiğine dair kapsamlı bir resim sunmaktadır. Bir işletme ayrıca belirli bilgileri bildirmek için seçilen GRI Standartlarının tümünü veya bir kısmını kullanabilmektedir. Evrensel Standartlar, GRI Standartlarının 100 serisidir ve bir sürdürülebilirlik raporu hazırlayan her organizasyon için geçerli üç evrensel standartı içermektedir. Standartlar, bir işletmenin konuyla ilgili bağlamsal bilgilerini bildirmede ve maddi konularının nasıl yönetildiğini bildirmede rehberlik etmektedir. Ekonomik standartlar, 200 GRI Standardı serisidir ve bir işletmenin ekonomik konularla ilgili maddi etkileri hakkındaki bilgileri bildirmek için kullanılan konuya özel standartları kapsamaktadır. İçinde ekonomik performans, piyasa yapısı, dolaylı ekonomik etkiler, tedarik uygulamaları, yolsuzlukla mücadele ve rekabet önleyici davranışlar olmak üzere altı seri yer almaktadır. Çevresel standartlar, GRI Standartlarının 300 serisidir ve bir işletmenin çevresel konularla ilgili maddi etkileri hakkındaki bilgileri bildirmek için kullanılan konuya özel standartları içermektedir. Söz konusu standartlar; materyaller, enerji, su ve su atıkları, biyoçeşitlilik, emisyonlar, atık, çevresel uyum, tedarikçi çevre değerlendirmesi başlıkları altında sunulmaktadır. Sosyal standartlar, GRI Standartlarının 400 serisidir ve bir işletmenin sosyal konularla ilgili maddi etkileri hakkındaki bilgileri bildirmek için kullanılan konuya özel standartlardan oluşmaktadır. Bunlar; istihdam, yönetim ilişkileri, iş sağlığı ve güvenliği, eğitim ve öğretim, çeşitlilik ve eşit fırsat, ayrımcılık yasağı, örgütlenme özgürlüğü ve toplu pazarlık, çocuk işçiliği, zorunlu çalışma, güvenlik uygulamaları, yerli halkın hakları, insan hakları değerlendirmesi, yerel toplum, tedarikçi sosyal değerlendirme, kamu politikası, müşteri sağlığı ve güvenliği, pazarlama ve etiketleme, müşteri gizliliği ve sosyo-ekonomik uyum başlıkları altında yer almaktadır (Global Reporting Standards, 2019).

#### **2.4.2.5. SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı**

Uluslararası Sosyal Sorumluluk Kuruluşu (Social Accountability International, SAI), 1997 yılında kurulan, işyerlerinde ve toplumdaki insan haklarını iyileştirme ve geliştirme çalışmaları gerçekleştiren küresel bir sivil toplum kuruluşudur. SAI, standartlar geliştirmek için markalar, tedarikçiler, hükümetler, sendikalar, yolsuzlukla mücadele grupları, kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve akademi dâhil olmak üzere çeşitli paydaşlarla birlikte çalışarak politikalar, uygulamalar ve tedarik zincirlerinde sosyal sorumluluğun geliştirilmesinde işletmelere yardımcı olmaya çalışmaktadır. SAI, 1997'de küresel işletmeler ve hükümetler tarafından bugün

kullanılan ve lider işyeri standartlarından biri olarak tanınan SA8000'i (SocialAccountability 8000) başlatmıştır. SA8000, iş yerlerinde sosyal hesap verebilirlik için önemli olan sekiz alanda sosyal performansı ölçmektedir. Bu standardın temel unsurları Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Bildirgesi'ne, ILO sözleşmelerine, uluslararası insan hakları normlarına ve ulusal iş kanunlarına dayanmaktadır. Bir işletmenin uygun ve etkili bir yönetim sistemi aracılığıyla bu standarda uyması amaçlanmaktadır. Standardın tüm alanlarında sürekli iyileştirme sağlayan bir yönetim sistemi bulunmaktadır. SA8000'i ve destekleyici belgeleri yayınlamanın yanı sıra, SAI, kuruluşların kapasite oluşturma, paydaş katılımı, alıcılar ve tedarikçiler arasında işbirliği ve sürekli iyileştirmeyi sağlayacak araçların geliştirilmesi dâhil olmak üzere sosyal performanslarını sürdürmelerine ve sürekli iyileştirmelerine yardımcı olacak çok çeşitli kaynaklar sunmaktadır. SAI, 1997 yılında yayınladığı SA8000 Standardını 2001 yılında yenilemiş ve tekrar yayınlamıştır (Saintl, 2019).

SA8000 Sosyal Sorumluluk Standardı performans ölçerken, ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi ve ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemlerinde olduğu gibi, üçüncü taraf sertifikalandırma kuruluşu tarafından bağımsız bir değerlendirme için çerçeve sunmaktadır. Bir dizi sosyal sorumluluk standartları ve rehber belge içeren SA8000, sürekli değerlendirme yolu ile işletmelerle devamlı gelişim sağlamak için sistem oluşturmaktadır. Standart; hazırlık, uygulama, denetim ve sürekli gelişme aşamalarından oluşmaktadır (CPTTM, 2019). SA8000 sosyal sorumluluk standardı dokuz ana standarttan oluşmaktadır. Bu standartlar ve içerikleri aşağıda belirtilmektedir (SocialAccountability 8000, 2014);

- Çocuk Çalışanlar: İşletme genç işçiler istihdam edebilir, ancak bu genç işçiler zorunlu eğitim yasalarına tabi olduğunda, yalnızca okul saatleri dışında çalışabilirler. Hiçbir koşulda, hiçbir genç çalışanın okulu, iş ve ulaşım süresi toplamda toplam 10 saati geçemez ve hiçbir durumda günde 8 saatten fazla çalışamazlar. Genç işçiler gece saatlerinde çalışmayabilir. İşletme, çocukları veya genç işçileri, işyerinde veya dışında - fiziksel ve zihinsel sağlıkları ile gelişimleri için tehlikeli veya güvensiz olan durumlara maruz bırakmamalıdır.
- Zorunlu Çalıştırma: İşletmenin kendisi ya da işletmeye emek sağlayan herhangi bir kuruluş, personeli organizasyon için çalışmaya devam etmeye zorlamak için herhangi bir personelin maaşını, menfaatlerini, mallarını veya belgelerini elinde tutmamalıdır.
- Sağlık ve Güvenlik: İşletme, güvenli ve sağlıklı bir iş ortamı sağlamalı ve olası sağlık ve güvenlik olaylarını ve iş sırasında oluşabilecek, bunlardan kaynaklanan veya bunlarla ilgili ortaya çıkabilecek iş kazalarını veya hastalıklarını önlemek için etkili adımlar atmalıdır.
- Sendika Kurma ve Toplu Pazarlık Hakkı: Tüm personel, kendi seçtiği sendikaları kurma, katılma ve örgütlenme ve kuruluş adına toplu olarak pazarlık yapma hakkına sahiptir.



İşletme yönetimi bu hakka saygı göstermeli ve personeli, herhangi bir olumsuz sonuç veya kuruluştan misilleme yapmaksızın, seçtikleri işçi kuruluşuna katılma konusunda özgür olduklarına dair etkili bir şekilde bilgilendirmelidir.

- Ayrımcılık: İşletme; işe alma, ücretlendirme, ırk, ulusal, bölgesel veya sosyal köken, doğum, din, engellilik, cinsiyet, cinsel yönelim, aile sorumluluklarına dayanan eğitim, terfi, fesih veya emeklilik konularında ayrımcılık yapmamalıdır.
- Disiplin Uygulamaları: İşletme, tüm personele saygılı ve saygılı davranmalıdır. Örgüt, zihinsel veya fiziksel zorlama ya da personelin sözlü suistimaline tolerans gösteremez. Sert veya insanlık dışı muamele yasaktır.
- Çalışma Saatleri: İşletmenin çalışma saatleri, tatiller ve resmî tatillerde geçerli yasalara, toplu iş sözleşmelerine ve endüstri standartlarına uygun olmalıdır.
- Ücret: İşletme, personelin geçim ücretine saygı göstermelidir. Fazla mesai dahil olmak üzere, normal bir iş haftası için ücretlerin her zaman en azından yasal veya sektörün asgari standartlarını veya toplu iş sözleşmelerini karşılaması sağlanmalıdır. Ücretler, personelin temel ihtiyaçlarını karşılamak ve bir miktar isteğe bağlı gelir sağlamak için yeterli olmalıdır.
- Yönetim Sistemi: Üst yönetim, personeline tüm uygun dillerde SA8000'e uymayı seçtiğini bildiren bir politika bildirimini yazmalıdır. Bu politika beyanı, kuruluşun SA8000 Standardının tüm şartlarına uyma ve uluslararası araçlara saygı gösterme taahhüdünü içermelidir. İşletme, SA8000 Standardını uygulamak için politikalar ve prosedürler geliştirmelidir.

#### **2.4.2.6. AccountAbility AA1000 Standartları**

AccountAbility, sorumlu iş uygulamalarını geliştirmek ve uzun vadeli performanslarını iyileştirmek için işletmeler, hükümetler ve çok taraflı kuruluşlarla çalışan küresel bir danışmanlık ve standartlar organizasyonu olarak kurulmuştur. AccountAbility, sürdürülebilirlik stratejileri, faaliyetlerin çevresel ve sosyal etkileri, inovasyon ve büyüme fırsatları, paydaş katılımı ve bilgilerin raporlanması yoluyla performanslarını iyileştirmek için kuruluşlarla birlikte çalışmaktadır. AccountAbility'in AA1000 Standardı serisi, hesap verebilirlik, sorumluluk ve sürdürülebilirlik konusunda performans göstermek için geniş bir organizasyon yelpazesi (küresel işletmeler, özel şirketler, hükümetler ve sivil toplumlar) tarafından kullanılan prensip tabanlı standartlardır. Amacı, sürdürülebilirlik muhasebesinin, denetiminin ve raporlamanın kalitesini güvence altına almaktır. Dolayısıyla AA1000 serisi, işletmelerin uzun vadeli performansı iyileştirmek için sürdürülebilirlik zorluklarını tanımlamak, önceliklendirmek ve bunlara cevap vermek için kullanabilecekleri uluslararası kabul görmüş, ilkelere dayalı bir

kılavuz olarak hazırlanmıştır. Yirmi yıldan fazla bir süredir birçok işletme, hizmet sağlayıcılar, kamu kuruluşları, savuma grupları ve sivil toplum örgütleri; sürdürülebilirlik stratejisi, yönetim ve operasyonel yönetime yaklaşımlarını yönlendirmek için AccountAbility'in standartlarını uygulamaktadır (AccountAbility, 2019; Szekely ve Knirsch, 2005: 635).

AccountAbility'in AA1000 Standardı serisi 1995'ten bu yana işletmeleri, kâr amacı gütmeyen kuruluşları ve hükümetlerin kurumsal yapılarında etik, çevresel, sosyal ve yönetim sorumluluğunu yerleştirmede dört temel prensibi kapsamaktadır (AA1000 Accountability Principles, 2018: 3-30);

- **Kapsayıcılık:** Kapsayıcılık, aktif olarak paydaşları tanımlamak ve bir kuruluşun maddi sürdürülebilirlik konularını oluşturmaya ve onlara stratejik bir yanıt geliştirmeye katılımlarını sağlamaktır.
- **Önemlilik:** Önemlilik, her konunun bir kuruluş ve paydaşları üzerindeki etkisini göz önünde bulundurarak, en ilgili sürdürülebilirlik konularının belirlenmesi ve önceliklendirilmesiyle ilgilidir.
- **Duyarlılık:** Duyarlılık, bir kuruluşun maddi sürdürülebilirlik konularına ve bunlara ilişkin etkilerine zamanında gösterdiği tepkisidir. Duyarlılık; kararlar, eylemler ve performansın yanı sıra paydaşlarla iletişim yoluyla da gerçekleştirilir.
- **Etki:** Etki, davranış, performans veya sonuçların bireyler veya kuruluşlar açısından ekonomi, çevre, toplum, paydaşlar veya kuruluşun kendisi üzerindeki sonuçlardır. Özel konuların doğrudan ve dolaylı etkileri vardır. Bu etkiler; olumlu veya olumsuz, amaçlanan veya istenmeyen, beklenen veya gerçekleşmiş ve kısa, orta veya uzun vadeli olabilir.

#### **2.4.2.7. Dünya Ekonomik Forumu Küresel Kurumsal Vatandaşlık Bildirgesi**

1971' de kar amacı gütmeyen bir bağımsız vakıf olarak Cenevre'de kurulan Dünya Ekonomik Forumu; küresel, bölgesel ve endüstri gündemlerini şekillendirmek için toplumun önde gelen siyasi, ticari ve sosyal liderlerini görevlendirmektedir. Forum, girişimciliği ve en yüksek yönetim standartlarını küresel kamu yararına desteklemek için faaliyetlerde bulunmaktadır. Kurum, faaliyetlerini bir organizasyonun toplumun her kesiminden sorumlu olduğunu iddia eden paydaş teorisine dayanan benzersiz bir kurumsal kültüre göre şekillendirmektedir (Weforum, 2016).

Dünya Ekonomik Forumu'nun başlattığı girişimlerden birisi de "Küresel Kurumsal Vatandaşlık Girişimi'dir (Global Corporate Citizenship Initiative). Küresel Kurumsal Vatandaşlık Deklarasyonu, 2001 yılında Davos'ta bir araya gelen dünyanın önde gelen yaklaşık 40 işletme üst yöneticisi tarafından hazırlanmış ve imzalanmıştır. Bu deklarasyonda, iş dünyasının insan

hakları, çevre, ahlak, emek gibi konularda uluslararası standartlara uyum sağlaması konusu işlenmektedir (Aktan, 2007: 17).

## 2.5. Turizm Sektörü Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi

Turizm sektörü açısından kurumsal sosyal sorumluluk kavramını ve önemini açıklamadan önce turizm kavramının açıklanması gerekmektedir. Çok sayıda araştırmacının ve yazarın turizm için yapmış oldukları farklı tanımlar bulunmaktadır. Bununla birlikte turizmin ilk tanımı 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından yapılmıştır. Guyer-Feuler, turizmi; "gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine, doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren, modern çağa özgü bir olay olarak" tanımlamıştır (Kozak, 2001:5). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ise turizmi, "Gelir getirici etkinlikler dışında kalan, boş zamanların hemen hepsini içine alan seyahat, konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence gibi hizmetler ve ilişkiler bütünü" olarak tanımlamıştır (Aksu ve Aktuğ, 2011:4).

Dünyada değişen hayat şartları, insanların önceliklerinde de farklılıklar yaratmıştır. Artan refah düzeyi, gelişen ulaşım ve iletişim imkanlarıyla birlikte insanların merak ettikleri farklı yerler hakkında kolay bilgi sahibi olmalarına neden olmuş ve yine insanlarda görmedikleri yerleri tanıma ve gitme isteği uyandırmıştır. Bununla beraber bireylerin boş vakitlerinin artması turizmin yaygınlaşmasına imkân vermiştir. Bu durum turizmin büyük bir sektör haline gelmesine, büyümesine ve gelişmesine yol açmıştır. Hızla büyüyen sektörün yarattığı gelir artışı, ülkeleri üretici veya tüketici olarak sektörde pay sahibi olmaya itmiştir. Böylelikle yeni iş ve istihdam alanları oluşmuştur (Kandır, Önal ve Karadeniz, 2007).İstihdamı artırması, ülkeye gelir kazandırması, sürdürülebilir ekonomiye ve dünya barışına katkı sağlaması, turizm sektörünün öneminin günümüzde artmasını sağlamıştır (Karataş ve Babür, 2013: 17). Turizmin ülkeler bazında en önemli rolü, ülkelerin sosyo-ekonomik gelişimini sağlamasıdır. Emek-yoğun özelliği sayesinde faaliyet gösterdiği toplumdaki bireylere iş imkanları yaratmaktadır. Aynı şekilde ülkelerin ekonomik sorunlarının çözümünün sağlanmasında en önemli rolü turizm sektörü üstlenmektedir (Ashley vd., 2007: 8).

Turizm sektörünün çok hızlı şekilde büyümesi bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Sorunların başında; turizm ile ilgili yatırımlar gerçekleştirilirken o alandaki yeşil çevrenin korunmaması, oluşan çevre kirliliği, başarısız atık yönetimi ve bu alanda alınan önlemlerin yetersizliği, turizm tüketicisine etik davranmama ve çalışanlar için sağlıksız koşullar

gelmektedir. Bu sorunları çözmek için paydaşları da uygulamalara dâhil edecek olan sosyal sorumluluk kavramının önemi turizm sektöründe hızla artmıştır (Özgür, 2012: 6).

Doğal ve kültürel oluşumu korumayı amaçlayan sürdürülebilirlik anlayışı, turizmde sosyal sorumluluk kavramının önemini artmasını sağlamıştır. Sosyal sorumluluk faaliyetleri sadece toplum ve çevre konuları ile sınırlı değildir. İşletme hedefleri doğrultusunda, işletme değerlerinin tüm paydaşlar için geçerli hale getirilmesidir. Turizm sektöründe, hizmeti sunan ve hizmetten yararlanan doğrudan ilişki içindedir. Dolayısıyla turizm sektöründe tüketici memnuniyetinin ve tatmininin sağlanması gerekmektedir. Sunulan hizmetin kalitesi ve ahlaklı bir pazarlama izlemi, işletme değerini arttırmada önem arz etmektedir. İşletmelerin çevreye, doğaya ve toplumsal ahlaki değerlere karşı davranışları, tüketici tercihlerinde etkili bir rol oynamaktadır. Buna bağlı olarak sosyal sorumluluğu benimseyen turizm işletmelerinin önceliği topluma değer yaratmak, sonrasında kendilerine ekonomik katkı oluşturmaktır (Güzel, 2010: 287).

Turizm deneyimler sağlayan, katılımcıların ulaşımını, konaklamalarını, eğlenmelerini içeren ve bunun sonucunda rahatsız edici dinamiklerin ortaya çıkması olası olan bir sektördür. Turizmin hedef ekonomileri, toplumları, kültürleri ve çevreleri olumlu etkileme özelliğinin yanı sıra, olumsuz yan etkileri ile sektörü güçlü eleştirilerle maruz bırakmaktadır (TourismConcern, 2015). Bununla birlikte turizmin, hedef ekonomileri geliştirmek ve yaşam standartlarını yükseltmek için gerekli altyapı, gelir ve iş imkanları oluşturduğu unutulmamalıdır. Bu bağlamda turizm işletmelerinin bulunduğu alanlardaki koşullar, çeşitli yönleriyle kurumsal sosyal sorumluluğun benimsenmesi için farklı yükümlülükler oluşturmaktadır. Bu tür bir eğilim, artan tüketici zevkleri, çevre hareketi ve daha iyi turizm planlaması ve yönetimi için resmi taleplerle teşvik edilmektedir. Bu etkilere verilen yanıtlar değişkenlik göstermekle birlikte sektördeki işletmelerin sosyal sorumluluk kavramı ile olan ilişkisini kabul etme eğiliminde olduğu görülmektedir (Henderson, 2007:231). Temelde kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerine duyulan ihtiyaç, özellikle turizm destinasyonlarında oldukça belirgin bir hal almıştır. Çünkü turizm destinasyonları turizmin üretildiği ve tüketildiği alanlardır. Destinasyonlarda turizm deneyiminin çeşitli bileşenleri doğrudan ya da dolaylı olarak sunulmaktadır. Turizm işletmeleri etkin ürün sunabilmek ve ziyaretçi memnuniyetini sağlamak için toplum paydaşlarıyla güçlü ve etkili sosyal sorumluluk ilişkilerine ihtiyaç duymaktadırlar (Williams, Gill ve Ponsford, 2007:134)

Turizm sektörü, zaman zaman çevre üzerinde hem olumsuz hem de olumlu etkiler yaratabilmektedir. Turizm işletmeleri önemli bir fiziksel ayak izine sahiptirler. Temel olarak, sektörde faaliyet gösteren oteller yapı bağlamında oldukça büyüktür ve peyzaj alanları önemli alanları kapsamaktadır. Otel işletmeleri yine önemli miktarda atık üretip, enerji ve su tüketirler. Bunların yanısıra günümüzde iklim değişikliği hem küresel bir tehdit hem de kalkınma konusu

halini almıştır. Turizm, insan kaynaklı iklim değişikliğine katkıda bulunmaktadır. Sürdürülebilir turizmi geliştirmek için adaptasyon ve azaltma stratejilerinin uygulanması kabul edilmelidir. Bu durum, turizm işletmelerinin ve turizm sektöründe yer alan herkesin sera gazı salınımını en aza indirmeye katkıda bulunmasıyla sağlanabilir. Ayrıca turizm sektörü, sağlıklı bir yerel ekonomiye, kültürel ve doğal mirasa bağlı olarak gelişmektedir. Turizm işletmeleri, faaliyet gösterdikleri bölgenin sosyal ve ekonomik gelişimine olumlu katkıda bulunmaktadır. Turizm işletmelerinin uzun vadeli başarısı, bir turizm işletmesinin faaliyetlerinden etkilenenlerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneği ile doğru orantılı olarak ilerlemektedir (Golja ve Nizic, 2010:113).

Kurumsal sosyal sorumluluğun toplum üzerindeki olumlu etkilerinin yanı sıra girişimcilere ve sosyal sorumluluğu benimseyen işletmelere de çeşitli katkıları bulunmaktadır. Bu katkılar genellikle finansal olmayan kazançlar olarak ifade edilmektedir. Sosyal sorumluluğu benimseyen işletmelerin etkileri arasında yüksek vasıflı çalışanları cezbetmek, işletmedeki dalgalanmaları azaltmak, işletmenin itibarını iyileştirmek, inovasyonu teşvik etmek, müşteri sadakatini artırmak ve satışları artırma gibi özellikler görülmektedir. Turizm sektöründeki yüksek rekabet göz önüne alındığında, topluma veya çevreye olan ilgi ve müşteriye yaratılan sosyal değer önem kazanmaktadır. Turizm sektöründeki işletmeler arasında, uzun vadeli sürdürülebilir iş başarısı sağlamak ve hissedarlarının değerinde artış yaratabilmek için sadece kısa vadeli karları maksimize etmek yeterli olmamaktadır. Günümüzde uzun vadeli hedeflerin, uzun vadeli sosyal sorumluluk taşıyan davranışlarla desteklenmesi daha etkin bir strateji olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yöneticileri, iş yapma esaslarını işletmenin sadece ekonomik büyümesine yönlendirmemeleri, bunun yanında çevresel ve sosyal alanlara da yönlendirmeleri büyük önem arz etmektedir (Cech, Jindrichovska ve Neubauer, 2018:63).

## **2.6. Turizm Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri**

İşletmeler faaliyet çeşitlerine, kuruluş amaçlarına, etkinlikle buldukları ekonomik düzenin koşullarına, yönetimin kavrayış ve uygulayış şekillerine göre farklı hedefler gözetmektedir. Çok çeşitli özelliklere sahip olan bu hedeflerden esas olanları firma değerimaksimizasyonunu sağlamak, kâr elde etmek, varlığını devam ettirmek ve topluma yarar sağlamaktır. Bu durumun yanı sıra küreselleşmenin etkisi ve teknolojik gelişmeler sonucu artan rekabet ile tüketicinin değişen eğilimleri, günümüz ticaretinin doğasını değiştirmiş, geleneksel ticaret anlayışında hâkim olan kâr elde etme ve işletmenin devamlılığını sağlama görüşü evrilmiştir. İşletmeler kazanç sağlayıp gelişmenin yanında, değişen dünyaya ayak uydurmak ve

toplumun isteklerini karşılayabilmek adına bazı sorumlulukları gerçekleştirmek durumunda kalmışlardır (Türker ve Uçar, 2013: 156).

Kurumsal sosyal sorumluluğun öneminin farkında olan işletmeler, gerçekleştirdikleri sorumluluk projeleri ile toplum gözünde itibar kazanarak, benzer hizmetleri sağlayan rakiplerine karşı rekabet avantajı kazanmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, işletmenin tanınırlığını artırarak itibar kazanmaların ve daha sık tercih edilmelerini sağlamaktadır. Bu bağlamda işletmeler, rakipleri içinde daha yüksek fiyatlandırmalar yapabilmekte, daha çok kar edebilmekte ve daha öne çıkabilmektedir (Erkman ve Şahinoğlu, 2012: 278).Turizm sektöründeki tüketicilerin de artan bilinci ile birlikte, turizm işletmelerinden topluma yönelik sorumlu bir yaklaşım beklentisi oluşmaya başlamıştır. Bu beklentiyi önemseyen turizm işletmeleri tarafından kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde daha sık gerçekleştirildiği görülmektedir. Turizm işletmelerinde tüketicilerde farkındalık yaratacak sosyal sorumluluk uygulamalarının çoğalması, tercih edilebilirlik bakımından da önem arz etmektedir. Bilinçli tüketiciler işletmelerden, bulunduğu çevre ve topluluğun problemlerine karşı daha duyarlı olmasını beklemektedir. Bu noktada özellikle çevresel ve toplumsal olaylara yönelik olumlu bir tutum sergilenmesi turizm işletmeleri için önemli bir unsur haline gelmiştir (Mirzayeva, vd., 2016: 24).İşletmelerin başarı ölçütleri arasında artık sosyal sorumluluk faaliyetleri de gösterilmekte ve sadece karlılığı baz alan kurumsal başarı çözümlenmeleri yetersiz kalmaktadır. İşletmeler, sürdürülebilir ilerlemede ve rekabet becerilerini artırmada sosyal sorumluluk projelerinin önemli etkisinin farkına varmaktadır (Akgeyik, 2007: 72).

Literatür incelendiğinde, diğer sektörlerdeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğa odaklanmasıyla beraber turizm sektöründe de bu ilginin arttığı görülmektedir (Kang, Lee ve Huh, 2010). Sosyal sorumluluk faaliyetlerini dikkate alan ve bunu uygulayan işletmeleri tercih eden turistleri tatmin etmek için, turizm işletmeleri kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmaktadırlar (Inoue ve Lee, 2011).Bununla birlikte uluslararası zincir konaklama işletmelerinde, diğer tipteki konaklama işletmelerine göre kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin daha çok uygulandığı görülmüştür (Güzel, 2010; Huimin ve Ryan, 2011; Leaniz, Ruiz ve Bosque, 2012; Durovic, Jakovic ve Tubic, 2015). Ayrıca turizm sektöründe faaliyet gösteren lider işletmelerden, Hilton, Rixos, Starwood ve Choise Hotels kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayımlamaktadırlar (Holcomb, Upchurch ve Okumuş, 2007;Kang; Lee ve Huh, 2010; Durovic, Jakovic ve Tubic;2015).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve sürdürülebilir turizmin birbiriyle yakından ilgisini inceleyen araştırmalar da yapılmıştır (Henderson, 2007; Golja ve Nizic, 2010;Tsai, Tsang ve Cheng, 2012). Yapılan araştırmalarda turizm işletmelerinde uygulanan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin genelde çevre üzerine yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Araştırmalarda, turizm işletmelerinin faaliyet gösterdikleri alanların çevre temizliğini sağlamak,

tüketilen enerji ve su miktarını düşürerek çevresel ayak izini azaltmak ve faaliyet sırasında oluşan atık miktarını azaltmak için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir. Bununla birlikte işletmelerin geri dönüşüm faaliyetlerinde buldukları ve çevre yönetim sistemleri kullandıkları saptanmıştır. Havayolu ve seyahat işletmelerinin genellikle hava kirliliğini en aza indirme için çalışmalar yürüttükleri belirlenmiştir (Ateşoğlu ve Türker, 2010; Golja ve Nizic, 2010; Sheldon ve Park, 2011; Karadeniz ve Ünlübulduk, 2018).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin çalışanlar için; eğitim ve gelişim programları düzenleme, adil ücret politikası uygulama, gönüllü hayırseverlik etkinliklerinde görevlendirme, sağlık ve güvenlik programları oluşturma, eşit fırsatlar sunma, terfi ve ödüllendirme gibi sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirildiği görülmektedir. Yapılan araştırmalarda bu durumun çalışanların iş tatmini ve işte kalma niyeti üzerinde olumlu etki yarattığı tespit edilmiştir (Çalışkan ve Ünüsan, 2011; Lee vd., 2011).

Literatür taraması kapsamında incelenen çalışmalarda, kurumsal sosyal sorumluluğun işletmeler üzerindeki olumlu etkilerini (Golja ve Nizic, 2010; Margolis ve Walsh, 2001) görmekte beraber, yine gerçekleştirilen araştırmalarda konaklama işletmelerinin hem bu faaliyetleri yerine getirme düzeylerinde hem de raporlama sürecinde eksiklikleri olduğu vurgulanmaktadır (Holcomb, Upchurch ve Okumuş, 2007; Ateşoğlu ve Türker, 2010; Grosbois, 2012; Leaniz, Ruiz ve Bosque, 2012; Durovic, Jakovic ve Tubic, 2015; Akmeşe ve Aras, 2016; Büyükşalvarcı, Şapcılar ve Uyaroğlu, 2016). Artan ilgiyle birlikte, turizm sektörü zaman zaman bazı eleştirilere de maruz kalmaktadır. Maruz kalınan bu eleştirilere gerekçe olarak, maddi kaygılarla turizm yapılaşmasının çok seri ve dengesiz ilerleyişi gösterilmektedir. Çarpık betonlaşma, kültürel ve doğal mirasa zarar verme, başarısız atık yönetimi gibi konular eleştiri kaynağı yaratmaktadır (Ateşoğlu ve Türker, 2010: 213). Bununla birlikte her ne kadar eleştirilere maruz kalsalar da turizm sektöründe faaliyet gösteren sosyal sorumluluk yaklaşımını benimsemiş ve bunun bilinciyle görevlerini yerine getirmeye yönelik projeler gerçekleştiren işletmeler de bulunmaktadır. Türkiye’de faaliyet gösteren turizm işletmelerinin uygulamış oldukları sosyal sorumluluk projeleri incelendiğinde, işletmeler ile yerel yönetimler arasındaki ortaklıklarla birlikte, faaliyet gösterilen alanda çevre düzenlemesi uygulamaları ve turistik bölgelerdeki okullara fayda sağlanması gibi uygulamaların olduğu görülmektedir. Bu çerçevede turizm sektöründe sosyal sorumluluk faaliyetlerinin giderek önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle çevreye olan olumsuz etkileri hakkında tepki gören turizm işletmeleri, önceliğini çevre sorunları ile ilgili sosyal sorumluluk faaliyetlerine vermektedirler. Uygulanan faaliyetlerin genelde çevre ile ilgili olmasında ulusal ve uluslararası kuruluşların çalışmaları da etkili olmaktadır. Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı ile sivil toplum kuruluşlarının geliştirdiği çevre standartları ve

bunlara uyum sağlayan turizm işletmelerine verilen ödüller, işletmeleri bu yönde faaliyetlerde bulunmaya özendirilmektedir (Halkbank, 2011: 13).

Turizm sektörü ile doğrudan ilgili olan yiyecek-içecek işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini konu alan çalışmalar incelendiğinde, işletmelerde güvenli bir iş ortamı oluşturma, çalışanlar arasında ayrımcılık yapmama, çalışan eğitimi, hijyen ve sağlık koşulları, standart porsiyonlama, doğru malzeme kullanımı, işletme tarafından yapılan hayırseverlik faaliyetleri gibi etik uygulamaların gerçekleştirildiği (Doğdubay ve Karan, 2015; Montalbo, 2015), işletmelerin sıklıkla atık azaltımı ve geri dönüşüm, enerji tasarrufu, ambalaj iyileştirme, besin kısıtlılığına destek, doğal afet yardımı, bağış, ayrımcılıkla mücadele, çalışan sağlığı, hayvan refahı, besin iyileştirme, besinle ilgili bilgi sağlama, besin güvenliği gibi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirdikleri ve kurumsal web siteleri üzerinden raporladıkları görülmektedir (Karadeniz ve Ünlübulduk, 2017). Ayrıca günümüzde pek çok yiyecek içecek işletmesinde; enerji tasarrufu yapmak ve israfı azaltmak için çevre dostu faaliyetler yürütmek(Licata, 2008), yerel, sürdürülebilir ve organik kaynaklardan içerik oluşturarak sağlıklı menüler sunmak (Jennings, 2011), eğitim ve konut desteği sunmak, bağış toplamak, gönüllü aktiviteler düzenlemek (Inoue ve Lee, 2011), yardım çalışmalarına katılım sağlamak (Brandau, 2012), insan refahını teşvik etmek, işletme çalışanlarını etik davranışlarda bulunmak için yönlendirmek, yiyecek israfını azaltmak için porsiyon boyutu seçenekleri sunmak (Kaur, 2013), çalışan şartlarının iyileştirilmesine yönelik çalışan saatleri, izinleri, maaşları, sunulan eğitim fırsatları, sağlık ve güvenlik imkanları (Aydın ve Erdoğan, 2016) plastik kullanımını azaltmak, geri dönüştürülebilir ambalaj ve mutfak eşyaları kullanmak, hayırseverlik faaliyetleri düzenlemek (Tong ve Wong, 2016), toplumsal ve çevresel bağlamda sorumlu davranmak (Özer ve Akbaba, 2016) gibi faaliyetlerin gerçekleştirildiği saptanmıştır.

Havayolu işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini konu alan çalışmalar incelendiğinde, havaalanlarının faaliyet gösterdiği bölgelerde oluşan hava, su, gürültü ve çevre kirliliğini azaltmak (Korul, 2003), katı atık yönetimi, doğal kaynakların korunması, sağlık ve güvenlik, yerel toplum problemleri gibi konular ile ilgili çevresel raporlar hazırlamak, çevre ve havayolları ile ilgili yayınlar hazırlayarak gönüllü çevre eğitimi vermek(Chan ve Mak, 2005), hava taşımacılığı için uygun olan yakıt ve kaynak verimliliğini sağlamak, çevre koruma, emniyet tasarımı yapmak, finansal şeffaflık, çalışan ilişkilerini iyileştirmek, tüketici çıkarlarını korumak, bağış teklifleri sunmak (Tsai ve Hsu, 2008), suyu etkin kullanmak, peyzaj çalışmaları yapmak, geri dönüşümlü içerikli materyal kullanmak, atık yönetimi yapmak, gürültü kirliliğini azaltmak, hava kalitesini artırmak (Torum ve Yılmaz, 2009), altyapı, operasyon, ve teknoloji aracılığı ile yakıt verimliliğinin sağlanarak karbon salınım miktarını azaltmak, atık yönetimi ve gürültü yönetimi gerçekleştirmek (Öztürk, 2016), karbon emisyonunu, su kullanımı ve uçak gürültüsünü azaltmak, gençler için eğitim ve gelişim fırsatlarını desteklemek (Smith ve Grosbois, 2011),



güvenlik, tüketici haklarını korumak, çevreyi korumak, toplumu iyileştirmek (Chen, Chang ve Lin, 2012; Asatryan, 2013) gibi sorumluluk faaliyetlerinin yapıldığı saptanmıştır. Aşağıda, literatürdeki çalışmalardan hareketle konaklama, yiyecek-içecek ve havayolu işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bir tablo ile özetlenmeye çalışılmıştır.

**Tablo 5.** Konaklama, yiyecek-içecek ve havayolu işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri

<b>Konaklama İşletmelerinde Gerçekleştirilen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri</b>	<b>Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Gerçekleştirilen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri</b>	<b>Havayolu İşletmelerinde Gerçekleştirilen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Kültürel mirası koruma</li> <li>-Faaliyet alanını temiz tutma</li> <li>-Çevresel ayakizini azaltma</li> <li>-Çevre dostu tesis kullanma</li> <li>-Yerel refaha destek</li> <li>-Paydaş ilişkilerinin güçlendirme</li> <li>-Çalışan eğitimi ve gelişimi</li> <li>-Adil ücret politikası uygulaması</li> <li>-Sağlık ve güvenlik programları oluşturma</li> <li>-Çalışanlara fırsat eşitliği sunma</li> <li>-Terfi ve ödüllendirme</li> <li>-Kaçakçılıkla mücadele</li> <li>-Gönüllü hayırseverlik faaliyetleri gerçekleştirme</li> <li>-Enerji ve su tasarrufu</li> <li>-Atık azaltımı</li> <li>-Geri dönüşüm</li> <li>-Doğal afet yardımı</li> <li>-Bağış ve yardım</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Hijyen ve sağlık koşullarına önem verme</li> <li>-Yiyecek israfını azaltmak için porsiyon boyutu seçenekleri sunma</li> <li>-Sürdürülebilir, yerel ve organik kaynaklar tercih etme</li> <li>-Besin iyileştirme</li> <li>-Besinle ilgili bilgi sağlama</li> <li>-Hayvan refahını koruma</li> <li>-Besin kirliliğine destek</li> <li>-Ambalaj iyileştirme</li> <li>-Güvenli bir iş ortamı sağlamak</li> <li>-Çalışan eğitimi ve gelişimi</li> <li>-Enerji ve su tasarrufu</li> <li>-Atık azaltımı</li> <li>-Geri dönüşüm</li> <li>-Çalışanlara fırsat eşitliği sunma</li> <li>-Doğal afet yardımı</li> <li>-Bağış ve yardım</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Hava kirliliği ile mücadele</li> <li>-Gürültü yönetimi</li> <li>-Yakıt tüketimi tasarrufu</li> <li>-Karbon salınımı tasarrufu</li> <li>-Alternatif yakıt kullanımı</li> <li>-Çevre yönetim sistemleri uygulama</li> <li>-Çevresel raporlama bileşenleri tanımlama</li> <li>-Çevre koruma ile ilgili eğitim verme</li> <li>-Havaalanlarında sürdürülebilirlik faaliyetleri</li> <li>-Tüketici haklarının korunması</li> <li>-Yasadışı ticaret zinciri ile mücadele</li> <li>-Toplum refahına katkı sağlama</li> <li>-Atık azaltımı</li> <li>-Geri dönüşüm</li> <li>-Enerji ve su tasarrufu</li> <li>-Bağış ve yardım</li> </ul>

**Kaynak:**(Chan ve Mak, 2005; Holcomb, Upchurch ve Okumuş, 2007; Licata, 2008; Tsai ve Hsu, 2008; Torum ve Yılmaz, 2009; Ateşoğlu ve Türker, 2010; Golja ve Nizic, 2010; Jennings, 2011; Inoue ve Lee, 2011; Sheldon ve Park, 2011; Smith ve Grosbois, 2011; Brandau, 2012; Chen, Chang ve Lin, 2012; Asatryan, 2013; Kaur, 2013; Doğdubay ve Karan, 2015; Montalbo, 2015; Aydın ve Erdoğan, 2016; Özer ve Akbaba, 2016; Öztürk, 2016; Karadeniz ve Ünlübulduk, 2017; Karadeniz ve Ünlübulduk, 2018) çalışmalarından yararlanılarak tarafımızca oluşturulmuştur.

Tablo 5 incelendiğinde, alt sektörlerin yapısı gereği ihtiyaç duyulan alanlarda gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yanı sıra, tüm alt sektörlerde ortak olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin bulunduğu dikkat çekmektedir. Çevresel ve toplumsal alanlardaki problemlerin çözümü için tüm işletme gruplarının sorumlu faaliyetler gerçekleştirdikleri görülmektedir.

### 3. LİTERATÜR TARAMASI

Araştırmanın bu bölümünde, konuya ilişkin literatür taramasına yer verilmiştir. Bu bağlamda ilk olarak turizm sektörü dışındaki sektörlere yönelik konuyla ilgili gerçekleştirilen araştırmalar, sonrasında ise turizm sektörüne yönelik gerçekleştirilen araştırmalar özetlenmeye çalışılmıştır.

#### 3.1. Turizm Sektörü Dışındaki Sektörlere Yönelik Gerçekleştirilen Araştırmalar

Turizm sektörü dışındaki sektörlere yönelik gerçekleştiren araştırmalar bağlamında 31 makale incelenmiştir. Genel olarak, farklı kuruluşlar tarafından oluşturulan çeşitli sektörlerdeki en başarılı kurumlar listelerinde yer alan işletmelere yönelik çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Bunun yanı sıra bankacılık, madencilik, kimya-petrol-plastik, beyaz eşya, iletişim gibi farklı sektörlerden işletmelere yönelik çalışmaların gerçekleştirildiği de gözlemlenmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluğu tanımlayan ve açıklayan kavramsal çalışmaların yanı sıra, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlanma düzeylerini ve kurumsal sosyal sorumluluğun işletmeler üzerindeki çeşitli etkilerini ölçmek için tasarlanan çalışmaların gerçekleştirildiği saptanmıştır. Çalışmalarda genellikle veri toplama yöntemi olarak anket, literatür taraması ve doküman incelemesi kullanılırken, analiz yöntemleri arasında sıklıkla içerik analizinin ve istatistiksel analizlerin uygulandığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte bazı çalışmalarda birden fazla analiz yönteminden yararlandığı gözlemlenmiştir. Aşağıda söz konusu araştırmalar, tarih sırasına göre özetlenmeye çalışılmıştır.

Carrol (1979), çalışmasında kurumsal sosyal sorumluluk performansının ana yönlerini kapsamlı bir şekilde tanımlayan kavramsal bir model oluşturmayı amaçlamıştır. Modeli oluştururken kurumsal sosyal sorumluluğa nelerin dahil olduğunu, işletmelerin ele alması gereken sosyal konuları ve sosyal duyarlılığı göstermenin yönteminin ne olduğu üzerinde durmuştur. Çalışmanın sonucunda modelin, yöneticilerin sosyal performanstaki kilit konuları kavramlaştırmasına, toplumsal konular hakkında düşünmeyi sistematize etmesine ve sosyal performans alanındaki planlama ve teşhisi iyileştirmesine yardımcı olmak için kullanılabileceğine değinilmiştir.

Warttck ve Cochran (1985), çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ekonomik, yasal ve sosyal alanlarına odaklanarak bir kurumsal sosyal performans modeligeliştirmeyi hedeflemişlerdir. Çalışmanın sonucunda kurumsal sosyal performans modelinin işletme ve toplum çalışmaları için önemli olduğu ve bu alanda uygulanabilecek bir model olduğunu vurgulamışlardır.

Carrol (1999), çalışmasında kurumsal sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimini incelemiştir. Yapılan literatür taraması sonucunda, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının

1950'li yıllardan itibaren ortaya çıktığını, 1960'lı yıllarda genişlediğini ve 1970'lerde yaygınlaştığını, 1980'lerde konuyla ilgili daha çok araştırma yapıldığını ve alternatif temaların olgunlaşmaya başladığına değinmiştir.

McWilliams ve Siegel (2001), yaptıkları çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk için işletmelerin ne kadar harcama yapması gerektiğini ölçmeyi amaçlamışlardır. Bu çerçevede, kurumsal sosyal sorumluluğun bir işletmenin büyüklüğüne, sektör türüne, hükümet yapısına, araştırma ve geliştirme çalışmalarına, reklamlarına, bulunduğu ülkedeki tüketici gelirine, işgücü piyasası koşullarına bağlı olduğunu vurgulamışlardır. Çalışmanın sonucunda işletme yöneticilerinin maliyet-fayda analizi yoluyla belirleyebilecekleri ideal bir kurumsal sosyal sorumluluk seviyesi olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmada ayrıca yöneticilerin diğer yatırım kararları için kullandıkları analitik araçları kullanarak kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili yatırım kararları için bir çerçeve oluşturulabileceği belirtilmiştir.

Thompson ve Zakaria (2004), çalışmalarında Malezya'da faaliyet gösteren işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlama düzeylerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın amacı doğrultusunda, en büyük iki yüz elli işletmenin yıllık faaliyet raporlarında yer alan sosyal ve çevresel açıklamalara üç farklı içerik analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda işletmeler tarafından yayımlanan kurumsal çevresel raporlamanın oldukça düşük seviyelerde gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Bu durumun hükümet ve kamuoyu baskısı eksikliği ve sosyal sorumluluğun algılanan faydalarının eksikliğinden kaynaklandığı görülmüştür. İşletmelerin çoğunun yıllık faaliyet raporunun sadece bir sayfasını çevreye ayırdığı tespit edilmiştir. İşletmelerin en fazla, çalışanlar ve insan kaynakları, ürünler ile tüketiciler ve toplum katılımı hakkında açıklama yaptığı saptanmıştır.

Özkol, Çelik ve Gönen (2005), çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluğun boyutlarından hareketle muhasebenin sosyal sorumluluk kavramı ile arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucunda, kurumsal sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden işletmelerin pazardaki payının ve öneminin arttığı saptanmıştır. Ayrıca muhasebe fonksiyonu ilgili olduğu tüm grupların çıkarlarını dikkate alarak tarafsız bir şekilde dürüst davranırsa işletmenin ekonomik, yasal, ahlaki ve gönüllü sorumluluk girişimlerine de katkı sağlayacağı vurgulanmıştır.

Bassen, Jastram ve Meyer (2005), çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk kavramını, gelişimini ve kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili kavramları incelemişlerdir. Çalışma sonucunda kurumsal sosyal sorumluluğun kapsamında paydaş iletişiminin bir yaklaşım olarak kabul edildiğini ve sürdürülebilirlik kavramlarının ekonomik, ekolojik ve sosyal sorumluluk üzerine inşaa edildiğini vurgulamışlardır.

Maloni ve Brown (2006), çalışmalarında gıda endüstrisindeki tedarik zincirlerinde uygulanan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine odaklanmışlardır. Çalışmanın sonucunda;

kurumsal işletmelerin sürdürülebilir erzak malzemeleri, çevre, sağlıklı beslenme, sorumlu tedarik, hayırseverlik ve adil ticaret gibi konularda yıllık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet raporları yayınladıkları gözlemlenmiştir. Çalışmada ayrıca kapsamlı bir iş stratejisi hazırlanma sürecinde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının işletmelere maddi çıkarlar sağlayacağı belirtilmiştir.

Jenkins ve Yakovleva (2006), çalışmalarında madencilik sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sosyal ve çevresel konularda raporlama eğilimlerini ölçmüşlerdir. Çalışmanın amacı doğrultusunda dünyanın en büyük on madencilik işletmesinin yıllık faaliyet raporları ile sosyal ve çevresel raporlarına içerik analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre raporlama uygulamaları, sosyal ve çevresel konuları açıklama seviyeleri ve içeriklerinde önemli farklılıklar olduğu görülmüştür. Raporlarda yer alan politika beyanlarının pratikte uygulanıp uygulanmadığına dair bir ölçütün olmadığı saptanmıştır. Madencilik faaliyetlerinin ekonomik etkileri ile ilgili bilgilerin sosyal ve çevresel raporlara dahil edilme eğilimi içinde bulunduğu görülmüştür. Ayrıca analiz dahilindeki işletmeler arasında sınırlı işbirliği sağlandığı tespit edilmiştir.

Aktan (2007) tarafından editörlüğü yapılan ve sekiz bilim insanının katkılarıyla hazırlanan derlemede, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve önemi, kurumsal sosyal sorumluluk ile paydaş kavramı arasındaki ilişki, dünyada sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sınırları, işletmelerde gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetleri, sosyal sorumluluğun olumlu ve olumsuz yanları, sosyal sorumluluğun uluslararası bildirgeler içindeki yeri gibi konular işlenmiştir. Derlemede, Türkiye’de faaliyet gösteren özel işletmeler tarafından gerçekleştirilmiş olan bazı sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer veren bir çalışma yer almaktadır. Çalışmada mesleki eğitim liselerinin teşviki ve kız çocuklarına eğitim alanında fırsat eşitliği sunulması amacı ile gerçekleştirilen iki başarılı proje dikkat çekmektedir. Ayrıca doğal mirasın ve çevrenin korunması için farklı işletmeler tarafından yürütülen on üç farklı projenin amaçları ve aşamaları paylaşılmıştır.

Doğan (2008), çalışmasında uluslararası organizasyonlarda, sivil toplum kuruluşlarında ve özel sektör işletmelerinde kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili gerçekleştirilen girişimleri incelemiştir. Bu tür organizasyonların sürdürdüğü çalışmaların hem işletmelere hem de topluma olan olumlu etkisini belirtmiş ve bu bağlamda kuruluşların sosyal sorumluluk faaliyetleri üzerinde durmuştur.

Özdemir (2009), çalışmasında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, marka imajı yaratmadaki yeri ve önemini araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda sosyal sorumluluk sahibi markaların ürünlerinin diğer işletmelere göre daha fazla rağbet gördüğü, marka imajına katkı yapan sosyal sorumluluk boyutları arasında, kurumsal hayırsever sorumluluk faaliyetlerinin ön plana çıktığı vurgulanmıştır.

Reverte (2009), çalışmasında İspanya'da faaliyet gösteren işletmelerin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini açıklamada medyaya maruz kalmanın etkisini araştırmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda belirlenen bazı ölçütlere uyum bağlamında işletmeler gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk faaliyetlerine göre puanlanmıştır. Çalışmanın sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk puanları yüksek olan işletmelerin, istatistiksel olarak daha büyük boyutta ve daha yüksek medyaya maruz kaldıkları ve daha düşük kurumsal sosyal sorumluluk puanlarına sahip olanlara kıyasla daha fazla çevreye duyarlı endüstrilere ait oldukları tespit edilmiştir.

Said, Zainuddin ve Haron (2009), çalışmalarında işletmelerin kurumsal yönetim özellikleri ile kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın amacı doğrultusunda Malezya'da faaliyet gösteren 150 işletmenin yıllık raporları ve kurumsal web sitelerine içerik analizi uygulanmıştır. Uygulanan içerik analizi sonucunda elde edilen verilerle kurumsal sosyal sorumluluk açıklama endeksi oluşturulmuştur. Oluşturulan endeks ve değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için regresyon analizi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda belirlenen sekiz kurumsal yönetim özelliği içinden üç tanesinin (devlet mülkiyeti, mülkiyet yoğunluğu ve denetim komitesi) kurumsal sosyal sorumluluk açıklama düzeyi ile önemli ölçüde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk açıklama düzeyinin en önemli değişkeni devlet mülkiyeti olarak saptanmıştır. Diğer bir ifadeyle devletin bir işletmede sahiplik payını yükseltmesiyle o işletmenin sosyal sorumluluk açıklama düzeyinin yükseldiği görülmüştür.

İliç (2010), çalışmasında Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin düzeyini ölçmek amacıyla bir literatür taraması gerçekleştirmiştir. Literatür taramasında, Türkiye'deki işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini araştıran çalışmalar derlenmiştir. Yapılan literatür çalışması sonuçlarına göre toplumun daha çok eğitim ve sağlık alanında yapılan sorumluluk faaliyetlerini desteklediği tespit edilmiştir. İşletmelerden özellikle kadın haklarını koruma ile ilgili sorumluluk faaliyetlerin beklendiği tespit edilmiştir. Ayrıca köklü işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğu işletme kültürü olarak benimsediği sonucuna ulaşılmıştır.

Suher (2010), yerel ve küresel işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımlarını ve gerçekleştirdikleri faaliyetleri karşılaştırmalı olarak analiz eden bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda işletmelerin faaliyetleri gerçekleştirmedeki öncelikli nedenlerin ekonomik, yasal ve etik sebepler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yerel ve küresel işletmelerce gerçekleştirilen faaliyetlerin birbirine yakın olduğu görülmüştür.

Vural ve Coşkun (2011), sosyal sorumluluk, etik ve iş etiği kavramlarını inceleyerek sosyal sorumluluk konusunun etik çerçevesini belirlemeyi hedeflemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, işletmelerin doğru olmayan hareketlerini, gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal

sorumluluk faaliyetleri ile kapatmaya çalışmalarının veya işletmelerin gerçekleştirdikleri çalışmalarda ürün ve marka tanıtımının sosyal sorumluluk temasının önüne geçmesinin etik dışı olduğu vurgulanmıştır.

Cingöz ve Akdoğan (2012), çalışmalarında organize sanayi bölgesinde üretim yapan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramını algılayış şekillerini ve hangi tür sorumluluk faaliyetlerinin gerçekleştirildiğini ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın verileri altmış yedi işletmenin üst düzey yöneticilerine uygulanan anket ile elde edilmiştir. Çalışmanın sonucunda işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini öncelikli olarak yasal düzenlemelere uyum, üretim maliyetini azaltma, müşterilere tam ve doğru bilgi sunma, personel haklarını koruma ve güvenilir işletme olma gibi yasal ve ekonomik kaygılarla gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır.

Erkman ve Şahinoğlu (2012), hizmet işletmelerindeki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletme çalışanlarının örgüte bağlılığı üzerinde etkisini ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın verileri İstanbul'da faaliyet gösteren Danimarka kökenli bir işletmenin çalışanlarına uygulanan anket ile elde edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılarındaki artış, örgütsel bağlılık düzeylerini olumlu yönde etkilediğisaptanmıştır.

Lembet (2012), çalışmasında sosyal sorumluluk faaliyeti gösteren şirketlerin uygulamalarını incelemiştir. Çalışmanın sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunan işletmelerin genel olarak piyasa ve marka değerinin arttığı, yeni pazarlara girme ve tüketici bağlılığında avantajlar elde edildiği, hisse değerlerinin arttığı, borçlanma maliyetlerinin düştüğü, daha nitelikli personeli cezbetme, motive etme ve tutma imkânının doğduğu, verimlilik ve kalitede artışlar gerçekleştiğisaptanmıştır.

Sert (2012), çalışmasında özel sektörde faaliyet gösteren işletmelerde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin hem toplum hem kurum açısından algılanışını incelemiştir. Ayrıca işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine kurumsal web sitelerinde yer verme oranlarını ölçmeyi amaçlamıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda Türkiye'de faaliyet gösteren en büyük 104 işletmenin kurumsal web sitelerinde ilgili faaliyetlerin varlığı ve yokluğu taranmıştır. Çalışma sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sıklıkla kurumsal iletişim ve insan kaynakları departmanları tarafından yürütüldüğü tespit edilmiştir. En sık faaliyet gerçekleştirilen alanlar eğitim, çevre ve sağlık olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte toplum yararına gerçekleştirilen faaliyetlerin işletmelerin, kurumsal web siteleri üzerinden açıklandığı saptanmıştır.

Yanık ve Türker (2012), çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk ve çevre raporlamalarına ilişkin literatür taraması gerçekleştirerek muhasebenin sürdürülebilirlik ile ilgilsini incelemiştir. Çalışma sonucunda söz konusu raporlamaların tek başlarına yeterli olmadığı ve gelecekte stratejik yönetim, sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik, çevre muhasebesi,

finansal raporlar ve kurumsal yönetim raporlarının tümünü kapsayacak entegre raporlama kavramının önem kazanacağı üzerinde durulmuştur.

Başar (2014), çalışmasında kimya-petrol-plastik sektöründe faaliyet gösteren ve halka açık işletmelerin sosyal sorumluluk raporlama düzeylerini ve bu düzeyin finansal performansları üzerindeki etkisini ölçmüştür. Bu amaçla ekonomik, çevre, işgücü uygulamaları, insan hakları, toplum ve ürün sorumluluğu olmak üzere altı başlık altında işletmelerin yıllık faaliyet raporları incelenmiştir. Elde edilen veriler sonucunda, işletmelerin en sık işgücü uygulamalarına yönelik raporlama yaptığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte sektördeki işletmelerin gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerinin maliyet oluşturduğu ve bu bağlamda finansal performansı olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Chapple ve Moon (2014), çalışmalarında yedi Asya ülkesinde faaliyet gösteren elli işletmenin kurumsal web sitelerini, incelemişlerdir. Araştırma sonucunda Asya ülkeleri arasında sosyal sorumluluk faaliyetlerinin değiştiği ancak bu durumun gelişim ile ilgili olmadığı tespit edilmiştir. Küreselleşme ve sosyal sorumluluk arasında da pozitif ilişkinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca çokuluslu işletmelerin sosyal sorumluluğu ulusal işletmelerden daha fazla benimseme olasılıklarının yüksek olduğu, ancak sorumluluk profillerinin menşe ülke yerine operasyonun gerçekleştirildiği ülkesinin profilini yansıtmaya eğiliminde olduğu sonucuna varılmıştır.

Kühn, Stiglbauer ve Fifka (2015), çalışmalarında Afrika'da faaliyet gösteren 211 işletmenin kurumsal web sitelerinden tür sorumluluk faaliyetlerini paylaştıklarını ölçmüşlerdir. Çalışmanın sonucunda analize dahil edilen işletmelerin yüzde sekseninin sorumluluk faaliyetlerini bildirdikleri saptanmıştır. Bununla beraber analiz kapsamındaki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili faaliyetlerini daha çok yerel hayırseverlikler üzerinde gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Bu bağlamda işletmelerin buldukları bölgede eğitim, sağlık, öğretim, gençlerin refahı gibi konular bağlamında projelerini kurumsal web sitelerinden bildirdikleri gözlemlenmiştir.

Altuğ ve Akyol (2018), çalışmalarında beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren iki köklü işletmenin kurumsal web sitelerinde bulunan kurumsal unsurların içeriğinde, çevre kavramı ile ilgili ifadelerin varlığı veya yokluğu değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, her iki işletmenin de yeşil kurum imajını tüketicilere iletirken ve yeşil pazarlama çabalarını tüketicilere yansıtarken kurumsal web sitelerinden yararlandıkları görülmüştür. Bununla birlikte işletmelerin birbirleri ile yakın oranlarda faaliyetler gerçekleştirdikleri, ancak birinin çevre sorunları ile daha ilgili olduğu ve tüketiciyi eğitmeye yönelik bilgiler sunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak iki beyaz eşya işletmesinin de çevre ile ilgili kaygı taşıdığı ve iletişim araçlarında bu durumla ilgili çabaları yansıttığı saptanmıştır.

Dias, Rodrigues, Craig ve Neves (2018), çalışmalarında Portekizde faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletmeler ile büyük işletmeler tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde önemli farklılıklar olup olmadığını araştırmayı amaçlamışlardır. Bu kapsamda çalışmada içerik analizi kullanılarak çevre, müşteriler, çalışanlar, topluluk ve toplum olmak üzere beş boyut tanımlanmış, bu beş boyut küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin temel sorumluluk stratejileri yansıtacak şekilde değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda Portekiz'deki büyük işletmeler ile küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamaları arasında önemli ölçüde bir fark olmadığı saptanmıştır. Çalışmada çalışanlar boyutunun en çok bildirilen öge olduğu ve sıklık derecesine göre sırasıyla müşteriler, çevre, topluluk ve toplum boyutlarının geldiği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte küçük ve orta büyüklükteki işletmeler büyük işletmeler ile karşılaştırıldığında çevre ve toplum ile ilgili sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlama oranlarının daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Okmeydan (2018), çalışmasında marka değeri en yüksek ilk on Türk işletmesinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde internet ve sosyal medyayı kullanma oranlarını ve ürün yerleştirme uygulamalarını ölçmeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda araştırma dahilindeki işletmelerin kurumsal web siteleri ile sosyal medya hesaplarından doküman analizi yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Çalışma sonucunda, işletmelerin büyük çoğunluğunun kurumsal web sitelerinde ilgili faaliyetleri bildirmek için bölümler oluşturduğu tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin yarısının sosyal medya hesapları aracılığı ile yapılan faaliyetler bağlamında video ve fotoğraf paylaştığı saptanmıştır. Bununla birlikte işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri aracılığı ile ürün yerleştirme yaptığı sonucuna ulaşılmıştır.

Önder ve Kaya (2018), çalışmalarında işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde kurumsal yönetim yapılarının etkisini araştırmışlardır. Çalışmanın verileri BİST 100'de işlem gören işletmelerin kurumsal web sitelerinden ve yıllık finansal raporlar üzerinden elde edilmiştir. Elde edilen veriler ikili lojistik regresyon analizine tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda, işletmelerdeki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile işletme büyüklüğü, ekonomik performans ve kurumsal yönetim yapısı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca işletmelerde halka arz oranının artması ile sorumluluk faaliyetlerinin arttığı tespit edilmiştir.

Serinikli (2018), çalışmasında kooperatif çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili algılarının örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisini ölçmeyi hedeflemiştir. Çalışmanın verileri, Edirne ilindeki tarım satış kooperatifinin çalışanlarına uygulanan anket ile elde edilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre kooperatifte gerçekleştirilen sorumluluk faaliyetlerinin, çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılarını artırdığı tespit edilmiştir. Kurumsal sosyal



sorumluluk algısındaki artışın, örgütsel bağlılık düzeylerini de olumlu yönde etkilediği ve çalışanların örgüte olan bağlılıklarını artırdığı belirtilmiştir.

Tekin (2018), çalışmasında Türkiye’de faaliyet gösteren ve en çok kullanıcı sayısına sahip ilk üç GSM işletmesi tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetlerinin halka iletilmesinde sosyal medyanın etkisini ölçmeyi hedeflemiştir. Söz konusu işletmelerin kurumsal web siteleri ve sosyal medya hesapları incelenmiş ve en sık eğitim alanında sosyal sorumluluk projeleri yapıldığı tespit edilmiştir. İlgili projeler bağlamında farkındalık düzeyini ölçmek için 227 öğrenciden anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmede sosyal medya kullanımının farkındalığı artırdığı saptanmıştır.

### **3.2. Turizm Sektörüne Yönelik Gerçekleştirilen Araştırmalar**

Literatür taraması kapsamında turizm sektörüne yönelik gerçekleştiren 58 çalışma incelenmiştir. Çalışmaların 26 tanesinin konaklama alt sektörünü, 13 tanesinin havayolu alt sektörünü, 9 tanesinin yiyecek-içecek alt sektörünü, 2 tanesinin kumarhane alt sektörünü ve geri kalanların genel bağlamda turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm alt sektörleri kapsadığı belirlenmiştir. Araştırmalarda en sık kullanılan veri toplama yönteminin anket ve doküman incelemesi olduğu tespit edilmiştir. Görüşme ve literatür taramasının ise araştırmalarda kullanılan diğer veri toplama yöntemleri olduğu saptanmıştır. Araştırmalarda uygulanan analiz yöntemleri incelendiğinde, istatistiksel analiz yöntemlerinden tek yönlü varyans analizi, keşifsel faktör analizi, önem performans analizinin kullanıldığı görülmüştür. Bununla birlikte araştırmaların büyük bir bölümünde içerik analizi kullanıldığı tespit edilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluğu sektör ile ilişkisini açıklayan kavramsal çalışmaların yanı sıra, kurumsal sosyal sorumluluğun işletmeler üzerindeki çeşitli etkilerini ölçmek için tasarlanan model çalışmalarının olduğu da görülmüştür. Aşağıda söz konusu araştırmalar, tarih sırasına göre özetlenmeye çalışılmıştır.

Korul (2003), çalışmasında havayolu endüstrisinin çevresel ve sosyal olumsuz etkilerinin önüne geçilebilmesi için çevre yönetim sisteminin önemini incelemiştir. Çalışma sonucunda havaalanlarında çevre yönetim sistemi uygulamasının sürdürülebilirlik için ekonomik, sosyal ve çevresel bağlamda olumlu çıktılar oluşturduğu vurgulanmıştır.

Chan ve Mak (2005), havayolu endüstrisinde çevresel raporlamanın bileşenlerini tanımlamak ve konu ile ilgili ilerlemeyi gözlemlemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada sonucunda genel olarak incelenen tüm havayolu işletmelerinde, çevresel raporlamanın ihtiyaç olduğu ve raporun üretilmesinde işletmelerce yoğun çaba gösterildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Phillips (2006), çalışmasında havacılık endüstrisinde kurumsal sosyal sorumluluk kavramını, havacılık endüstrisindeki yerini ve faaliyetlerini açıklamış ve derlemiştir. Çalışmanın sonucunda işletmelerin hisse sahipleri için para kazanma görevlerinin dışında, toplumun refah seviyesini artırmakla da yükümlü olduğu ve işletmelerde gönüllü olarak katılım gösterilen faaliyetlerin kişinin kendi gelişimine de katkı sağladığı vurgusu yapılmıştır. Ayrıca havacılık yönetimindeki yasal gereklilikler ve etigin sosyal sorumlulukla yakın ilişkili olduğu ancak bununla birlikte, bu alandaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin daha çok yasanın belirli olmadığı durumlarda etik davranışın yanında ve devamında gerçekleşen bir kavram olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Henderson (2007), çalışmasında Hint Okyanusunda gerçekleşen tsunami sonrasında bölgedeki turizm hareketlerini ve bölgede bulunan konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini araştırmıştır. Çalışmada toplum ve çevrenin refahı ve hasar gören yerlerin restorasyonu için çoğu kez uluslararası yardım kuruluşları ve yerel gruplarla turizm işletmelerinin işbirliği kurulduğu gözlemlenmiştir. Çalışmada yine bölgede tsunamiden sonra turizm işletmelerinin çevreye ve topluma daha sorumlu şekilde hareket ettikleri görülmüştür.

Holcomb, Uphurch ve Okumuş (2007), çalışmalarında belirli kriterlere göre seçilmiş en iyi on konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini araştırmışlardır. Çalışmada, konaklama işletmelerinin yapmış oldukları faaliyetleri çoğunlukla kurumsal web sitelerinde bildirdikleri saptanmıştır. Konaklama işletmelerinin incelenen raporlarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerinin %80'inin bağışlardan oluştuğu belirtilmiştir. Yine bazı işletmelerin sosyal sorumlulukla ilgili son derece dengeli bir yaklaşım izlese de diğer işletmelerin buna daha az odaklanmış durumda olduğu saptanmıştır.

Lynes ve Andrachuk (2008), çalışmalarında kurumsal sosyal ve çevresel sorumluluk üzerindeki sektörel ve kültürel etkiler arasındaki ilişkileri gösteren bir model geliştirmeyi amaçlamışlardır. Model, havayolu endüstrisinde faaliyet gösteren bir işletmede uygulanmış ve işletmeleri sektörel ya da kültürel bağlamda harekete geçiren faktörlerin birbirlerinden ayrılamayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca işletmelerin kurumsal sosyal ve çevresel sorumluluklarını yerine getirmede buldukları toplumun kültürünün etkisi olduğu saptanmıştır.

Tsai ve Hsu (2008), çalışmalarında havayolu endüstrisine en uygun kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetini seçme kararlarına yardımcı olmak ve bu programların maliyetini değerlendirebilmek için bir model oluşturmuşlardır. Model oluşturulurken işletme imajı iyileştirmeleri, gelecekteki büyüme ve gelişmenin iyileştirilmesi, insan kaynakları yönetiminde performans artışı ve hissedar çıkarları olmak üzere belirlenen dört kriter ile yakıt verimliliği, çevreyi koruma, nakliye ve servis sürecinde güvenlik, finansal şeffalık, çalışan ilişkileri, bağış, toplum için gönüllü çalışma, tüketici haklarını koruma, uygun fiyatlar oluşturma olmak üzere on

kurumsal sosyal sorumluluk programı kullanılmıştır. Oluşturulan model sonucunda yakıt verimliliği ve toplum için gönüllü çalışma programı yüksek öncelik taşıırken, çalışan ilişkileri en az öncelik taşıyan programlar olarak tespit edilmiştir.

Lee ve Heo (2009), çalışmalarında müşteri memnuniyetinin ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin otel ve restoran işletmelerinin performansı üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda otel işletmelerinin uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin müşteri memnuniyeti ve firma değeri üzerinde olumlu etki yarattığı vurgulanmıştır.

Pelit, Keleş ve Çakır (2009), çalışmalarında Ankara ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri yöneticilerinin bakış açısından kurumsal sosyal sorumluluğun alt boyutları arasındaki farklılıkları belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda yöneticilerin bakış açısından sosyal sorumluluğun alt boyutları önem sırasına göre; hissedarlar, tüketiciler, işletme çalışanları, toplum, devlet ve tedarikçilere karşı sosyal sorumluluklar olarak saptanmıştır.

Torum ve Yılmaz (2009), çalışmalarında havaalanlarında gerçekleştirilen sürdürülebilirlik faaliyetlerini incelemeyi hedeflemişlerdir. Çalışmada sürdürülebilirlik yönetimi altında sosyal uygulamaların içeriğini oluşturan faaliyetlerin, çalışanlara ve sürdürülebilir taşımacılık girişimlerine yönelik olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin çevresel uygulamaları gerçekleştirmekle yükümlü oldukları ve ayrıca finansal yetersizliğin havaalanlarında gerçekleştirilen faaliyetler için engel teşkil ettiği vurgulanmıştır.

Tsai ve diğerleri (2010), konaklama endüstrisinde kurumsal sosyal sorumluluk programlarının seçim kararları ve maliyet değerlendirmesi için uyumlu bir yapı oluşturmaya yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma, Tayvan'ın başkenti olan Taipei'de faaliyet gösteren ve Asya merkezli otel grubu olan Shangri-La tarafından işletilen Far Eastern Plaza Hotel'de gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda oluşturulan entegre yaklaşımın, uluslararası konaklama işletme yöneticilerinin kurumsal sosyal sorumluluk programlarını daha bilimsel olarak seçmelerine ve gerçekle uyumlu kararlar almalarına yardımcı olabileceği vurgulanmıştır.

Ateşoğlu ve Türker (2010), konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakış açılarını ölçmeye yönelik bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Muğla ilinde faaliyet gösteren 43 konaklama işletmesinden anket ile toplanan veriler ışığında sektörde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin giderek önem kazandığı belirlenmiştir. Çalışma sonucunda ayrıca işletmelerin genellikle çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları üzerinde durdukları, kültürel ve toplumsal gelişime yönelik konularla ilgili daha az faaliyette buldukları tespit edilmiştir.

Golja ve Nizic (2010), çalışmalarında Hırvatistan'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin yöneticilerinin sosyal ve çevresel hassasiyet düzeylerini

incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, konaklama işletmelerinin web sitelerinde hiçbirinin kendi kurumsal bilgilerini farklı paydaşlara sunmadığı, ayrıca sürdürülebilirlik veya çevresel raporlarını yayınlamadıkları saptanmıştır. Çalışmada ayrıca konaklama işletmeleri yöneticilerinin algılarına göre işletmelerde ISO14001 uygulamasının hem daha iyi bir pazar konumu kazandıracığı hem de çevrenin korunmasına katkıda bulunacağı vurgulanmıştır.

Güzel (2010), çalışmasında Türkiye Otelciler Federasyonu'na (TÜROFED) üye olan 42 konaklama işletmesinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplumsal yarar sağlama açısından etkilerini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, beş yıldızlı otel işletmelerinden anket ile toplanan verilerin analiziyle otel işletmelerinin statülerine göre kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında ciddi farklılıklar tespit edilmemiştir. Bununla birlikte az sayıda işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri için ayrı bir bütçe ayırdığı belirlenmiştir. Ayrıca işletmelerin faaliyetlerini, sivil toplum örgütlerinden bağımsız şekilde gerçekleştirdikleri saptanmıştır.

Holcomb, Okumuş ve Bilgihan (2010), çalışmalarında Orlando'da faaliyet gösteren üç tema parkının gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk etkinliklerini incelemişlerdir. Çalışmanın amacı doğrultusunda Walt Disney World, Universal Orlando ve SeaWorldParksandEntertainment'in kurumsal web sitelerine, yıllık faaliyet raporlarına ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarına içerik analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre Orlando'daki ilk üç tema parkının çevre, toplum, pazar yeri ve çalışanlar dahil birçok alanda kapsamlı sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri saptanmıştır. Bununla birlikte işletmelerin gerçekleştirdikleri faaliyetleri farklı derecelerde raporladıkları ve ilgili faaliyetlere verilen önemde değişiklikler olduğu tespit edilmiştir. Kültürel mirası koruma, çalışanların çocukları için bakım fırsatları, dezavantajlı gruplar için iş fırsatları gibi alanlar işletmelerin daha az katılım gösterdiği alanlar olarak belirlenmiştir. Ayrıca işletmelerin hiçbirinin misyon ve vizyon ifadelerinde kurumsal sosyal sorumluluk vurgusu yapılmadığı tespit edilmiştir.

McCool ve McCool (2010), çalışmalarında obezitenin dünya genelinde giderek büyüyen bir sorun olduğunu belirterek, yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bu sorunun çözümü ile ilgili kilit rol oynadığını ve sektörün daha etkin bir şekilde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Bu noktada işletmelerin uygulayabileceği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine örnek olarak yenilikçi reklam girişimleri, porsiyon boyutlarının değiştirilmesi ve besin değerlerinin etiketlenmesi olarak belirtmişlerdir.

Levy ve Park (2011), çalışmalarında konaklama işletmelerinde uygulanan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin belirlenmesi, konaklama işletmeleri yöneticileri algılarının incelenmesinin bu faaliyetlerin uygulanmasına yararları ve yöneticilerin bakış açılarından bu faaliyetlerin önemi ve kazançlarıyla ilgili görüş kazanmayı hedeflemişlerdir. Bu bağlamda

çalışmada hazırlanan anket, ABD'nin iki gelişmiş metropolünde yer alan 32 konaklama işletmesi genel müdürlerine yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda işletme yöneticilerinin değişen derecelerde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem verdiği saptanmıştır. Çalışmada ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmelere olan en önemlil faydalarının sırasıyla maliyet tasarrufu, itibar, rekabet avantajı, müşteri sadakati, çalışan motivasyonu, çalışan sadakati ve yasal riskleri azaltma olduğu belirlenmiştir.

Inoue ve Lee (2011), ABD'de yaptıkları çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluğun çalışan ilişkileri, toplum ilişkileri, ürün kalitesi, çevre sorunları ve çeşitlilik boyutlarının, turizm sektörü ile ilgili dört alt endüstri (havayolu, yiyecek-içecek, kumarhane, konaklama) altında faaliyet gösteren işletmeler arasındaki finansal performansı nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Bu bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarının işletmelerin kısa ve uzun vadeli performanslarında olan etkisiyle ilgili literatürü incelemiştir. Veri tabanlarından elde edilen verilerin analiziyle kurumsal sosyal sorumluluğun beş boyutunun her birinin iki finansal performans ölçütünü farklı şekilde etkilediği ve bu finansal etkilerin dört alt turizm endüstrisi (havayolu, yiyecek-içecek, kumarhane, konaklama) arasında değişmekte olduğu görülmüştür.

Sheldon ve Park (2011), çalışmalarında ABD seyahat endüstrisinin kurumsal sosyal sorumluluk alanı ile ilgili görüşlerini ve katılımını ölçmeyi amaçlamışlardır. Kurumsal sosyal sorumluluğun genel literatürü taranarak faaliyetler hakkında elde edilen bilgilerle düzenlenen anketle veriler toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda, Amerika Seyahat Endüstrisi Birliği üyelerinin arasındaki anlaşmada kurumsal sosyal sorumluluğun önemli olduğu ve büyük çoğunluğun kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili bir faaliyet yürüttüğü tespit edilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluğu engelleyen faktörlerin kaynak ve kavrayış yetersizliği olduğuna değinilmiştir. Çalışmada ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde çevre konusuna yoğunlaşıldığı saptanmıştır.

Çalışkan ve Ünüsan (2011), otel çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları algılamasının, çalışanın iş tatmini ve işte kalma niyeti üzerine etkisini belirlemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu amaçla kurumsal sosyal sorumluluk ölçeğinden oluşturulan anket, çalışanlara uygulanmıştır. Konaklama işletmesi çalışanlarından toplanan verilerin analiz sonuçlarına göre işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, işgöreni tarafından olumlu algılanmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğun iş tatmini ve işte kalma niyeti üzerinde etkili olan boyutlarının etik ve yasal kurumsal sosyal sorumluluk olduğu gözlemlenmiştir. İşgörenin yasal ve etik kurumsal sosyal sorumluluk algısı arttıkça, iş tatmini ve işte kalma niyetinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Huimin ve Ryan (2011), çalışmalarında Çin'de faaliyet gösteren küçük ve büyük ölçekli konaklama işletmeleri üst düzey yöneticileri ve sahiplerinin etik tutumlarını tespit etmeyi ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini kolaylaştıran ve engelleyen etik ilkelerin

belirlenmesini amaçlamışlardır. Çalışmanın verileri, konaklama işletmesinde yönetici ya da işletme sahibi olan 257 kişiden anket ile toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda, daha büyük konaklama işletmelerinin, küçük olanlara göre etik sorunlara karşı daha hassas olduğu görülmüştür. Yine büyük konaklama işletmeleri çalışanlarının sosyal sorumluluğa ilişkin daha geniş bakış açısına sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Sgouridis, Bonnefoy ve Hansman (2011), hava taşımacılığında sera gazı emisyonlarının azaltılması konusunda artan baskının doğrultusunda, emisyonların azaltılması için oluşturulan beş genel politikayı incelemişlerdir. Çalışma sonucunda havayolu endüstrisinin çevrenin sürdürülebilirliğine katkı sağlaması için uçaklardaki yakıt verimliliği performansının iyileştirilmesi, alternatif yakıtların kullanımı, havayolundaki talebin azaltılması ve karbon fiyatlaması alanlarında azaltıcı önlemler ve politikalara dayalı bir yaklaşımın gerekli olduğu vurgulanmıştır.

Smith ve Grosbois (2011), çalışmalarında havayolu endüstrisinde uygulanan belirli kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerini ve benimsenme düzeylerini, işletmelerin yayınladıkları raporlar üzerinden belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucunda incelenen havayolu işletmeleri arasında kurumsal sosyal sorumluluk kapsamındaki başlıca hedeflere genel olarak yüksek düzeyde bağlılık gösterildiği tespit edilmesine rağmen, her hedefe katkıda bulunmak için genellikle çok az sayıda özel girişimde bulunulduğu ve girişimlerin raporlanma seviyesinin düşük olduğu tespit edilmiştir.

Leaniz, Ruiz ve Bosque (2012), turizm sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının tanımlanması için bir çerçeve sağlayan çalışma gerçekleştirmişlerdir. Farklı kategorilerdeki konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk raporları, yıllık raporları, kurumsal web siteleri ve basında ilgili haberlerden toplanan verilere yapılan içerik analizi sonucunda, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk politikalarını uygularken sürdürülebilir kalkınma teorisini benimsedikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte uluslararası zincirlere ait konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin daha iyi benimsendiği belirtilmiştir.

Kang ve diğerleri (2012), ABD’de müşterilerin ilgili girişimlere ödeme yapma niyetlerini ölçmek için, işletmenin çevreci ve sürdürülebilir uygulamalarına gönüllü olarak prim ödeme istekliliğini incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, müşterilerin çevresel endişe seviyesiyle işletmelerin yeşil girişimlerine prim ödemeye istekli olması arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Yüksek derecede çevreye duyarlı oldukları görünen konaklama müşterilerinin işletmelerdeki yeşil girişimler için prim ödemeye daha istekli olduğu görülmüştür. Müşterileri için, yeşil girişimler doğrultusunda bir prim ödemeye istekli olma düzeyinin, otel türüne bağlı olarak da önemli ölçüde farklılaştığı tespit edilmiştir.

Grosbois (2012), çalışmasında konaklama işletmelerinin kurumsal web siteleri üzerinden halkla paylaşılan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili bilgi miktarını, niteliğini ve kapsamını araştırmak için kurumsal yıllık faaliyet raporlarını, sürdürülebilirlik raporlarını ve otel işletmelerinin web sitelerini incelemiştir. Otel işletmeleri 'Hotels Magazine' tarafından 'Kurumsal 300' listesinde yayınlanan işletmeler arasından seçilen 150 büyük otel işletmesidir. Çalışmanın sonuçlarına göre, analize dahil edilen işletmelerin büyük çoğunluğunun, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili seçilen temalardan en az birini kapsayan raporlamalar yaptığı gözlemlenmiştir. Ayrıca işletmelerin kendi kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri hakkında verdikleri bilgilerin detay düzeyinin de değiştiği belirlenmiştir.

Chen, Chang ve Lin (2012), Tayvan havayolu sektöründe gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin müşteriler üzerinde yarattığı sadakati incelemeyi amaçlayan çalışmalarında, faaliyetlerin müşteriler üzerinde davranışsal ve tutumsal sadakati artırdığı ve oluşturulan boyutlardan güvenlik, tüketici hakları ve çevre korumanın müşteriler tarafından önemli bulunduğunu vurgulamışlardır.

Garay ve Font (2012), çalışmalarında Katalonya'daki küçük ve orta ölçekli konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve nedenlerini araştırmışlardır. Çalışmanın amacı doğrultusunda anket yolu ile elde edilen verilere göre, ilgili işletmelerin faaliyetlerinde sorumlu davranmalarının nedenleri; bu uygulamaların işletmelere sağladığı rekabet avantajı, işletme faaliyetlerini yasallaştırma, ekonomik yararlar ve kişisel sebepler (menfaat sahiplerinin baskısı) olarak tespit edilmiştir.

Kaur (2013), yaptığı çalışmada yiyecek içecek işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmeye gelen müşterilerin davranışları üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin tüm müşteriler üzerinde aynı etkiyi yaratmadığı, ancak müşterilerin satın alma kararlarında, işletmenin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin etkili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte işletmenin sunduğu kaliteli yiyecek ve içecek hizmeti ile gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri birleştirildiğinde işletme için daha çok fayda yaratabileceği üzerinde durulmuştur.

Asatryan (2013), çalışmasında havayolunu tercih eden müşterilerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile ilgili bilgi ve görüşlerini inceleyerek, kavramın müşteri sadakati üzerindeki etkisini araştırmıştır. Müşterilerin konuyu önemseydiği ancak gerçekleştirilen faaliyetlerin yeterli bulunmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte gerçekleştirilen faaliyetlerin davranışsal ve tutumsal sadakat üzerinde yarattığı olumlu etki bağlamında müşteri sadakatini oluşturabileceği üzerinde durulmuştur.

Coles, Fenclova ve Dinan (2013), çalışmalarında turizm sektöründe gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili araştırmalardaki son gelişmeleri incelemişlerdir. Çalışmada son on

Yıl içinde kurumsal sosyal sorumluluğun bir araştırma konusu olarak gündeme geldiği ve turizm sektöründe ve seyahat alt sektöründe kurumsal sosyal sorumluluğun oldukça yeni bir kavram olduğu üzerinde durulmuştur. Gerçekleştirilen çalışmalarda kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, varlık incelemesi ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde paydaş katılımı olmak üzere üç temel konu alanına odaklandığı tespit edilmiştir. Genel olarak turizm araştırmalarının, anlayış ve uygulamalara odaklandığı görülmüştür. Bu nedenle turizm literatüründe daha temel deneysel araştırmalara açık bir ihtiyaç olduğu tespit edilmiştir. Turizm sektöründe sosyal sorumluluk ile ilgili mevcut akademik bilgi birikiminin sektörel, tematik ve coğrafi bağlamında evrensel olmaktan uzak olduğu saptanmıştır.

Lee, Seo ve Sharma (2013), havayolu işletmelerini konu alan çalışmalarında petrol fiyatlarının, işletme içi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve işletmelerin performansları arasındaki ilişkiye etkisini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin havayollarının operasyonel verimliliklerini geliştirmesine yardımcı olduğu, performansı olumlu etkilediği ve işletme içi-dışı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletme performansı üzerindeki olumlu etkisinin, petrol fiyatlarındaki değişikliklere göre değişmekte olduğu tespit edilmiştir.

Küçükusta ve Chan (2013), çalışmalarında konaklama işletmelerindeki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının gelişimini analiz ederek müşterilerin bu uygulamalarla ilgili algılarını araştırmış ve işletmelerdeki faaliyetleri iyileştirmek için öneriler sunmuşlardır. Çalışmanın amacı doğrultusunda Hong Kong'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerine, yıllık faaliyet raporlarına, sürdürülebilirlik raporlarına ve basın bültenlerine içerik analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda işletme müşterilerine yapılan anketlere göre çevre ile misyon ve vizyon faktörlerinin müşterilerin kalma tercihinde, ödeme istekliliğinde, hizmet kalitesini algılamada ve marka imajını artırmakta en güçlü etkenler olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda müşterilerin turizm ürünü ile hizmeti tercihinde, sosyal sorumluluk politikalarına ve özellikle çevresel bilgilerin ayrıntılarına dikkat ettiği saptanmıştır.

Tamajon ve Aulet (2013), çalışmalarında Latin Amerika ve Avrupa'da faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki turizm işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve uygulanma nedenlerini araştırmışlardır. Turizm işletmelerinin sahip ve yöneticilerinden anket yolu ile elde edilen veriler sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ekonomik sebeplerin yanı sıra kişisel sebepler olduğu tespit edilmiştir. Analiz dahilindeki işletmelerin gerçekleştirdikleri faaliyetler arasında enerji ve su tasarrufu ile çevre dostu ürün kullanımının öne çıktığı, bununla birlikte alternatif enerji kaynaklarının yaygın olarak kullanılmadığı tespit edilmiştir.

Avcı ve Akdemir (2014), çalışmalarında konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılarının, bir paydaş olan işletme çalışanlarının iş doyumunu üzerindeki etkilerini



araştırmışlardır. Araştırmanın verileri Çeşme’de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri ile butik oteller ve tatil köyleri çalışanlarından anket ile toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda etik ve ekonomik sosyal sorumluluk boyutlarının, iş doyumunu olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Cherapanukorn ve Focken (2014), Asya’da ki lüks konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk için kullandıkları standartları ve ilgili faaliyetlerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla işletmelerin yıllık sürdürülebilirlik veya sosyal kurumsal raporları, işletmelerin web siteleri, haberlerinden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Çalışmanın sonucunda Asya’daki konaklama işletmelerinin çoğunun, operasyonel performansları için bir kriter olarak uluslararası standartlar arasından özellikle Uluslararası Standardizasyon Örgütü’nü (ISO) benimsedikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte işletmelerin daha çok çevre ve toplum alanında sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirdiği saptanmıştır.

Kim ve Kim (2014), restoran işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, hissedar değerinin önemli bir belirleyicisi olan özkaynak riski üzerindeki etkisini değerlendiren bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda bir restoran işletmesinin faaliyetleri toplumsal olarak sosyal sorumluluğa aykırı algılandığında, işletmenin kazançlarını artırabilir bile olsa, ortaklığın sistematik riskini arttırarak hissedar değerinin azaldığını saptamışlardır.

Park ve Levy (2014), ABD’ de konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletme çalışanları üzerindeki algılarını ve algıların, işletme ile ilişkilerde kalitenin göstergesi olarak örgütsel kimlik düzeylerini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin algılarının olumlu ve önemli ölçüde örgütsel kimlik düzeyini etkilediği görülmüştür. Ayrıca konaklama işletmeleri çalışanlarınca algılanan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden hiçbirinin çevre ile ilgili olmadığı tespit edilmiş ve buna bağlı olarak işletmelerin potansiyel girişimlerini tanımlamak için daha bütüncül bir bakış açısına ihtiyaç duyduğu gözlemlenmiştir.

Durovic, Jakovic ve Tubic (2015) çalışmalarında, konaklama işletmelerinde sosyal sorumluluk girişimlerinin derecesini ve iletişim yöntemlerini tespit etmeyi hedeflemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, büyük uluslararası otel zincirlerinin kurumsal sosyal sorumluluk hedeflerine katkıda bulunmak için yaptığı özel girişimler ile ilgili detaylı raporlar ortaya koyarken, bağımsız konaklama işletmelerinde sosyal sorumluluğun sadece vizyon ve misyon ifadeleri ile bildirilmekle sınırlı kaldığı ya da hiç bildirmediği belirtilmiştir. Çalışmada ayrıca konaklama işletmelerinde web sitelerinin, işletmenin imajını geliştirmesinin yanı sıra kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmede bir araç olarak kullanılabileceği vurgulanmıştır.

Doğdubay ve Karan (2015), yiyecek içecek alt sektöründeki işletmelerde gerçekleştirilen etik ve etik olmayan uygulamaların işletmelere getirdiği olumlu ve olumsuz etkileri incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken etik tutum

göstermeleri, işletme için bir maliyet yaratsa dahi, uzun dönemde karlılık, rekabet avantajı ve olumlu bir imaj oluşturduğu tespit edilmiştir.

Montalbo (2015), hızlı yemek sunan yiyecek içecek işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımlarını ve konu ile ilgili faaliyetlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada, işletmelerin web sitelerinde belirttikleri misyon ve vizyonlarda işletmelerin sosyal sorumlulukları ile ilgili açık ifadelere yer vermediklerini, aksine kişisel ilişki/sosyal yakınlık yaklaşımına odaklandıklarını tespit etmiştir.

Akmeşe ve Aras (2016), çalışmalarında Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren turizm işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları hakkındaki farkındalık düzeylerini ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlamalarını incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, işletmelerinin genelde sosyal yardımlaşma kapsamında dernek ve vakıflara bağış şeklinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yürüttükleri tespit edilmiştir. İşletmelerin farklı seviyelerde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirdikleri gözlemlenmiştir. Farkındalık seviyesinde yıldan yıla artış sağladığı vurgulanmıştır.

Büyükşalvarcı, Şapıcılar ve Uyaroğlu (2016), çalışmalarında Konya Dedeman Oteli İnsan Kaynakları departmanı bölümü yöneticilerine işletmenin gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili sorular yöneltmişlerdir. Araştırmanın bulgularına göre işletmenin 2006 ile 2015 yılları arasında gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk projelerinin sayısının altı olduğu ve bu projelerin eğitim, sağlık ve kültür alanında yapıldığı gözlemlenmiştir. Sosyal sorumluluk projelerinin işletmeler üzerindeki itibar ve imaj konusundaki etkileri vurgulanmış ve söz konusu işletmenin sosyal sorumluluk projelerinin sayıca yeterli olmadığına değinilmiştir.

Aydın ve Erdoğan (2016), çalışmalarında yiyecek içecek alt endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin müşteri bağlılığını nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda çalışanlara yönelik uygulanan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin müşteri bağlılığını pozitif yönde etkilediği, çevreye ve topluma yönelik olan faaliyetlerin ise müşteri bağlılığı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı saptanmıştır.

Tong ve Kong (2016), çalışmalarında hızlı yemek sunan restoranların uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile birlikte azaltma, yeniden kullanma ve geri dönüşüm kavramlarının işletme itibarına olan etkisini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili tüketici bilincinin arttığını gözlemlemiştir. Ayrıca tüketicilerin azaltma, yeniden kullanma ve geri dönüşüm kavramı ile kurumsal sosyal sorumluluk olgusu arasında ilişki kurdukları ve işletme itibarı üzerinde olumlu etki yarattığı ve bunun işletmelere sektör içinde rekabet avantajı sağladığı sonucuna ulaşmışlardır.

Özer ve Akbaba (2016), çalışmalarında zincir yiyecek içecek işletmelerinde uygulanan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmenin tüketici zihninde oluşan marka

konumlandırması üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucundan elde edilen bulgular işletmelerin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, tüketicilerin yeniden tercih etme eğilimi üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluğun marka konumlandırmada tüketici algısını olumlu etkilediğini tespit etmişlerdir.

Öztürk (2016), çalışmasında havayolu işletmeleri tarafından yayınlanmış kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporlarını çevre teması bazında incelemiştir. Havayolu işletmelerinin sundukları raporlarda teknoloji, altyapı, atık ve gürültü yönetimi ile ilgili konulara gıda yönetimi konusuna göre daha çok yer verildiği görülmüştür. Ayrıca işletmelerin çoğunun Küresel Raporlama Girişimi (GRI) tarafından hazırlanan rehberle uyumlu olduğu vurgulanmıştır.

Su, Pan ve Chen (2017), çalışmalarında konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin müşterilerin tutum ve davranışsal tepkileri üzerinde nasıl bir etkiye yol açtığını ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın amacı doğrultusunda, Çin'de faaliyet gösteren ve doğal çevreyi korumak, alt yapının kurulması, yerel refahın kalkınması gibi konularda çeşitli sorumluluk faaliyetleri gerçekleştiren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin müşterilerine anket yoluyla sorular yöneltilmiştir. Çalışmanın sonucunda sorumluluk faaliyetlerinin, tüketici memnuniyetini pekiştirerek işletmenin müşteriler ile güçlü bir ilişki kurmasına yardımcı olabileceği ve bunun da davranışsal tepkilerini olumlu yönde etkilediği saptanmıştır. Çalışmada ayrıca kurumsal sosyal sorumluluğun rolünün tüketici grupları arasında evrensel olmadığı ve algılanan kurum itibarı üzerindeki olumlu etkinin gelir düzeyi yüksek müşteriler arasında daha belirgin olduğu saptanmıştır.

Karadeniz ve Ünlübulduk (2018), çalışmalarında dünyada marka değeri en yüksek beş havayolu işletmesi ile Borsa İstanbul'da işlem gören iki havayolu işletmesi tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini karşılaştırmalı olarak incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma kapsamındaki havayolu işletmelerinin kurumsal web sitelerinde yayımladıkları kurumsal sosyal sorumluluk raporları doküman inceleme tekniği ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi ile incelenerek faaliyetlerin hangi başlıklar altında neleri kapsadığı karşılaştırılmıştır. Çalışmanın sonuçları işletmelerin gerçekleştirdikleri faaliyetleri farklı başlıklar altında paylaştığını göstermiştir. İşletmelerin birbirlerine yakın oranlarda sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği, bununla birlikte en sık faaliyet raporlanan alanın çevre olduğu saptanmıştır.

Blinova, Gregoric, Dedusenko ve Romanova (2018), Rusya'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini incelemişlerdir. Çalışmanın sonuçlarına göre hem Rus markalarının hem de uluslararası markaların Moskova'da bulunan büyük ve orta ölçekli otellerde sosyal açıdan sorumlu olduğu görülmüştür. Bununla birlikte iki grup arasında bazı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bölgelerdeki sosyal sorunların çözümüne yardım etme ve çalışma koşullarının iyileştirilmesinde etkin olma gibi sorumluluk faaliyetlerinin

daha çok Rus menşeli markaların gerçekleştirdiği görülmüştür. Şeffaf raporlama, Rusya'da üretim için yatırımlar, yeni işlerin yaratılması, yüksek maaş verilmesi, çalışanların motive edilmesi, sağlık sigortası sunma, kariyer gelişim programları gibi sorumluluk faaliyetlerinde ise uluslararası otel markalarının daha etkin olduğu saptanmıştır. Çalışmada ayrıca Rusya'daki kurumsal sosyal sorumluluk seviyesi üzerinde en güçlü etkiye sahip ana motivasyon belirleyicilerinin; devlet, toplum, sivil toplum, üst düzey yöneticiler ve tüketiciler olduğu saptanmıştır.

Cech, Jindrichovska ve Neubauer (2018), çalışmalarında otel ve otel zincirleri yöneticilerinin ekonomik, sosyal, çevresel ve toplum alanındaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ne kadar önem verdiklerini araştırmışlardır. Bu amaçla anket yoluyla Çek Cumhuriyeti ve Slovakya'da faaliyet gösteren otel ve otel zincirlerinin orta ve üst seviye yöneticilerinden veriler elde edilmiştir. Araştırma sonucunda ağırlıklı olarak kısa ve orta vadeli kurumsal sosyal sorumluluk hedeflerinin oluşturulduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamındaki işletmelerin büyük ölçekli işletmelere göre daha gayri resmi, kişisel bir yaklaşım kullanarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri görülmüştür. Yine işletmelerin sıklıkla çalışanlarının, müşterilerinin ve yerel toplumların sorunları ile ilgili sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri saptanmıştır. Ekonomik alanda müşteriler ve tedarikçilerle uzun vadeli ilişkiler kurma, sosyal alanda çalışanların niteliklerini yükseltmek için fırsatlar yaratma ve adil ödül sistemi, çevre alanında ise çevre dostu atık yönetimi gibi sorumluluk faaliyetlerinin daha sık gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

Ettinger, Krauter ve Terlutter (2018), çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk sertifikalı otellerin web sitelerinde sosyal sorumluluklarını iletme şekillerini, müşterilerin otellerin sorumluluk faaliyetlerini inceleme ve çevrimiçi yorumlama biçimlerini ve otellerin çevrimiçi incelemelere ne tür yanıtlar verdiklerini öğrenmeyi amaçlamışlardır. Çalışma amaçları doğrultusunda otellerin web sitelerine içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi sonucunda tedarikçi ilişkilerinin, sürdürülebilir kaynak kullanımının ve çevre sorunlarının oteller tarafından web sitelerinde iletilen önemli sorumluluk alanları olduğu, buna karşılık, çalışan ve toplum ilişkilerine çok daha az bir şekilde yer verildiği tespit edilmiştir.

Font ve Lynes (2018), çalışmalarında turizm sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk kavramının literatürdeki gelişimini incelemişler ve mevcut boşlukları tespit etmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada son beş yılda turizm sektörü ve konaklama işletmelerini konu alan kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili çalışmaların, tüm yapılan çalışmaların yüzde yetmişini oluşturduğu vurgulanmıştır. Sektörü baz alan çalışmalarda, iç paydaşlardan hissedarlar, çalışanlar ve yönetim, dış paydaşlardan ise tüketiciler üzerinde yoğunlaştığı saptanmıştır. Literatür taraması gerçekleştirildiğinde, toplum, ekosistem, sivil toplum kuruluşları, tedarikçiler ve hükümet ile ilgili çalışmaların oldukça az sayıda olduğu gözlemlenmiştir.

Ionescu, Firoiu, Pirvu, Badircea ve Dragan (2018), çalışmalarında konaklama işletmelerinde uygulanan kalite standartları ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile piyasa değeri arasındaki ilişkiyi ölçmeyi amaçlamışlardır. Bu doğrultuda insan kaynakları gelişimine yatırım seviyesi, bilgi teknolojilerine yatırım seviyesi, otel altyapısına yatırım seviyesi, pazarlama faaliyeti giderleri, sosyal sorumluluk faaliyeti giderleri, örgütsel kültürün çalışan algısı ve müşteri şikayetleri yönetimi için ayrılan süre olmak üzere değişken belirlenmiştir. Belirlenen değişkenleri içeren anket Romanya'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin yöneticilerine ulaştırılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre Romanya'da konaklama alt sektörü için entegre yönetim sistemlerinin ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinin uygulanması ile işletmelerin pazar değeri arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Karadeniz ve Ünlübulduk (2018), çalışmalarında restoran zincirleri tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve raporlama düzeylerini karşılaştırmayı amaçlamışlardır. Çalışmalarının amacı doğrultusunda, dünyada marka değeri en yüksek on restoran zincirinin kurumsal web sitelerinde yer alan ilgili bölümler ve haberler, kurumsal sosyal sorumluluk raporları incelenmiştir. Analize dahil edilen restoran zincirlerinde gerçekleştirilen faaliyetlerin belirlenmesi ve karşılaştırılması için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve raporlamasına önem verdiği ve birbirlerine yakın oranlarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri saptanmıştır. Restoran zincirleri tarafından en fazla çevre alanında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Genel bağlamda işletmelerin uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmeleri için kurumsal web sitelerinin güçlü bir araç olarak kullanıldığı sonucuna varılmıştır.

Luo, Huang ve Lam (2019), kumarhane işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk algısını anlamak, faaliyetlerin potansiyel engellerini belirleyerek ilgili faaliyetleri iyileştirmek amacı ile bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın amacı doğrultusunda kumarhanelerdeki personel, yönetici, üst düzey yönetici ve uzman olarak görev yapan kişilere açık uçlu sorularla yarı yapılandırılmış anket yolu ile sorular yöneltilmiştir. Uzmanlar ve üst düzey yöneticiler, daha geniş bakış açıları sağlayan makro düzeyde yanıt verirken, yöneticiler ve personelin yönetsel veya operasyonel detaylara daha fazla odaklandığı görülmüştür. Kumarhanelerde uygulanabilecek ortak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri; istihdam olanakları, eğitim fırsatları ve arkadaşça çalışma ortamı, gönüllü hizmetler, yasalara uyma, sosyal hizmet, bağışlar ve sorumlu oyunlar olarak tespit edilmiştir.

Ghaderi, Mirzapour, Henderson ve Richardson (2019), çalışmalarında İran'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluğun ekonomik, etik, sosyal, çevresel ve yasal bileşenlerinin işletmelerin performansı üzerindeki etkisini ölçmüşlerdir. Bu amaçla üst düzey yöneticiler ve çalışanlara anket yolu ile sorular yöneltilmiş ve

gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetlerinin tümünün işletme performansını etkilediği ortaya çıkmıştır. Gerçekleştirilen sorumluluk projeleri sonucunda özellikle finans, itibar, verimlilik ve inovasyon açısından geri dönüşler sağlandığı belirtilmiştir. Ancak çalışanların anket sonuçlarına göre işletmelerde yasal ve etik bileşenleri ile ilgili yeterli uygulamaların yapılmadığı gözlemlenmiştir.



#### **4. MATERYAL ve YÖNTEM**

Araştırmanın bu kısmında analizde kullanılan veri ve yöntem üzerinde durulmaktadır. Bu bağlamda, öncelikle araştırmanın problem ifadesi açıklanmıştır. Daha sonra araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırmanın önemi, araştırma soruları, örneklem, veri kaynakları, analiz yöntemi ve sınırlılıklar hususunda bilgiler sunulmuştur.

##### **4.1. Araştırma Problemi**

Günümüzde yaşanan yoğun rekabet ortamı ve son otuz yıllık süreç içerisinde yaşanan küreselleşme, işletmelerin yönetilmesinde temel anlayışların ve genel kabullerin değişimine yol açmıştır. Bu süreçte işletmeler, sadece sahip, patron veya ortak temelli değil, “paydaş” adı verilen çok sayıda kişi, kurum ve olguyu dikkate alarak yönetilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla işletmelerin söz konusu paydaşlarına olan sorumlulukları çoğalmış ve bu sorumlulukların yerine getirilmesi ve kamuoyuyla paylaşılması, sürdürülebilirlik açısından son derece önemli faaliyetler bütünü olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Günümüzde işletmeler hangi sektörde faaliyet gösterirlerse gösterebilirler, yalnızca kar ve değer maksimizasyonunu değil, çevre kirliliği, insan hakları, etik, hayırseverlik, çalışanlarla ilişkiler, sürdürülebilir ekonomi ve toplumun iyileşmesi ve ilerlemesi gibi konularda faaliyette bulunmak durumundadırlar.

Dünyanın en büyük sektörlerinden birisi olarak kabul edilen turizm sektöründeki en önemli aktörlerden olan konaklama işletmeleri bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, hayati önem taşımaktadır. Özellikle kaliteli hizmet, tatmin edici deneyim, doğal-kültürel çekicilikleri sürdürülebilirlik açısından müşterilerine sunmak durumunda olan konaklama işletmelerinde kurumsal olarak sosyal sorumluluk anlayışının yerleşmesi, uygulanması ve raporlanması hem konaklama alt sektörünün hem turizm sektörünün hem de makro düzeyde ülke ekonomilerinin gelişimi ve rekabet edilebilirliği açısından son derece önemlidir.

Konuyla ilgili teori ve literatür incelendiğinde 1950’li yıllardan itibaren önem kazanan ve diğer sektörlerdeki işletmeler bağlamında benimsenen kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde benimsenmesinin geç gerçekleştiği görülmektedir. Buna karşın son yıllarda uluslararası ve ulusal düzeyde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirmeye çalıştıkları görülmektedir. Ancak literatür incelendiğinde konuyla ilgili gerçekleştirilen araştırmalarda konaklama işletmelerinin hem bu faaliyetleri yerine getirme düzeylerinde hemde raporlama sürecinde eksiklikleri olduğu (Holcomb, Upchurch ve Okumuş, 2007; Ateşoğlu ve Türker, 2010; Grosbois, 2012; Leaniz, Ruiz ve Bosque, 2012; Durovic, Jakovic ve Tubic, 2015; Akmeşe ve Aras, 2016; Büyüksalvarcı, Şapcılar ve Uyaroğlu, 2016) vurgulanmaktadır. Yine

konaklama işletmelerine yönelik olarak genellikle otel yöneticilerinin veya çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini algılamaya dönük çalışmaların gerçekleştirildiği (Pelit, Keleş ve Çakır, 2009; Golja ve Nizic, 2010; Levy ve Park, 2011; Çalışkan ve Ünüsan, 2011; Huiman ve Ryan, 2011; Avcı ve Akdemir, 2014; Park ve Levy, 2014) saptanmıştır. Bunun dışında Türkiye’de sınırlı sayıda halka açık konaklama işletmesi ve ulusal zincir bir otelin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini belirlemeye yönelik çalışmalara da (Akmeşe ve Aras, 2016; Büyüksalvarcı, Şapcılar ve Uyaroğlu, 2016) ulaşılmıştır.

Bu tez çalışmasında ise yukarıda ifade edilemeye çalışılan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve bu faaliyetlerin raporlanma düzeyinin hem Türkiye’de Borsa İstanbul’da (BIST) hisseleri işlem gören konaklama işletmeleri hem de uluslararası olarak marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri bağlamında analizi gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Böylelikle hem bu işletmelerin kendi sınıflandırması içinde karşılaştırmasının hem de Türkiye’deki halka açık konaklama işletmeleri ile dünyanın en yüksek marka değerine sahip konaklama işletmelerinin karşılaştırmasının yapılarak güçlü ve geliştirilmesi gereken zayıf taraflar saptanmaya çalışılmıştır.

#### **4.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı**

Bu araştırmanın amacı, BIST’de işlem gören on konaklama işletmesi ve dünyanın marka değeri en yüksek ilk on konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlamalarının, kurumsal faaliyet raporlarının, kurumsal web sitelerinin, misyon ve vizyonlarının, aldıkları ödüllerin, sosyal medya hesaplarının 2016-2017 yılları kapsamında incelenmesi ve içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek karşılaştırılmasıdır. Analiz sonucunda elde edilen veriler ışığında Türkiye’de ve dünyada faaliyet gösteren halka açık konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ve raporlamaları incelenmiş, eksik yönler, fırsat ve tehditler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın kapsamını, BIST’de işlem gören on konaklama işletmesi ile Brand Finance kuruluşunun 2018 yılında yayımladığı dünyanın en değerli otel markaları (The Most Valuable Hotel Brands of 2018 List) listesi sıralamasında yer alan ilk on konaklama işletmesi oluşturmaktadır. Bu bağlamda işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri incelenmiş, bu faaliyetlerin raporlanıp raporlanmadıkları, kurumsal faaliyet raporları, kurumsal web siteleri, misyon ve vizyonları ile sosyal medya hesaplarındaki raporlama şekilleri küresel raporlama girişimi (GRI) ilkeleri ve Holcomb vd. (2007) çalışmasında belirlenen ilkeler kapsamında değerlendirilmeye çalışılmıştır.



### 4.3. Araştırmanın Önemi

Yapılan literatür incelemesi sonucunda farklı sektörleri, ülkeleri ve zaman dilimlerini içeren ve kurumsal sosyal sorumluluğu konu alan çok sayıda çalışma olduğu gözlenmiştir(Carrol, 1979; Warttck ve Cochran, 1985; McWilliams ve Siegel, 2001; Özkol, Çelik ve Gönen, 2005; Bassen, Jastram ve Meyer, 2005; Maloni ve Brown, 2006; Henderson, 2007; Holcomb, Uphurch ve Okumuş, 2007; Doğan, 2008; Lee ve Heo, 2009; Özdemir, 2009; Pelit, Keleş ve Çakır, 2009; Ateşoğlu ve Türker, 2010; Golja ve Nizic, 2010; Güzel, 2010; Levy ve Park, 2011; Inoue ve Lee, 2011; Vural ve Coşkun, 2011; Sheldon ve Park, 2011; Çalışkan ve Ünüsan, 2011; Huimin ve Ryan, 2011; Leaniz, Ruiz ve Bosque, 2012; Erkman ve Şahinoğlu, 2012; Sert, 2012; Lembet, 2012; Kang ve diğerleri, 2012; Grosbois, 2012; Avcı ve Akdemir, 2014; Park ve Levy, 2014; Durovic, Jakovic ve Tubic, 2015; Akmeşe ve Aras, 2016; Büyüksalvarcı, Şapcılar ve Uyaroğlu, 2016).Ancak literatür incelendiğinde gerçekleştirilen araştırmalarda konaklama işletmelerinin hem bu faaliyetleri yerine getirme düzeylerinde hem de raporlama sürecinde eksiklikleri olduğu(Holcomb, Upchurch ve Okumuş, 2007; Ateşoğlu ve Türker, 2010; Grosbois, 2012; Leaniz, Ruizve Bosque, 2012; Durovic, Jakovic ve Tubic, 2015; Akmeşe ve Aras, 2016; Büyüksalvarcı, Şapcılar ve Uyaroğlu, 2016) vurgulanmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gösteren konaklama işletmelerine yönelik olarak da genellikle otel yöneticilerinin veya çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini algılama düzeylerini belirlemeye dönük çalışmaların gerçekleştirildiği (Pelit, Keleş ve Çakır, 2009; Golja ve Nizic, 2010; Levy ve Park, 2011; Çalışkan ve Ünüsan, 2011; Huiman ve Ryan, 2011; Avcı ve Akdemir, 2014; Park ve Levy, 2014) saptanmıştır. Bunun dışında Türkiye’de sınırlı sayıda halka açık konaklama işletmesi ve ulusal zincir bir otelin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini belirlemeye yönelik çalışmalara (Akmeşe ve Aras, 2016; Büyüksalvarcı, Şapcılar ve Uyaroğlu, 2016) ulaşılmıştır. Söz konusu çalışmaların ağırlıklı olarak kavramsal çerçeve üzerinde durduğu, çeşitli paydaşlar üzerindeki etkilerin araştırıldığı, buna karşın faaliyetlerin raporlanma yeterliliğini konu alan çalışmaların ise kısıtlı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca turizm sektöründe faaliyette bulunan halka açık konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlanmasının belirlenmesine yönelik uluslararası karşılaştırmayı içeren bir çalışmaya tarafımızca rastlanmamıştır. Çalışmanın sektör içindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili eksikliklerini görebilmeleri açısından önemli olduğu ve bu farkındalığın işletmeler tarafından kazanılmasıyla piyasa performanslarını artıracabilecekleri düşünülmektedir. Bu açıdan araştırmanın gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalara da kaynak teşkil edebileceği ve konaklama işletmeleri için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve raporlamaları ile ilgili eksik yönleri, fırsat ve tehditleri ortaya koyması açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

#### 4.4. Araştırma Soruları

Araştırmada belirlenen amaçlar doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır;

1) Borsa İstanbul (BIST) konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri nelerdir? Bu açıdan her iki grup arasında bir farklılık var mıdır?

2) BIST konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer verilme düzeyi nedir? Bu açıdan her iki grup arasında bir farklılık var mıdır?

3) BIST konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin sosyal medya hesaplarında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer verilme düzeyi nedir? Bu açıdan her iki grup arasında bir farklılık var mıdır?

4) BIST konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri raporlanmakta mıdır?

5) BIST konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlanmasında farklılık var mıdır?

6) BIST konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin faaliyet raporlarında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer verilme düzeyi nedir?

7) BIST konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri, çevre ile ilgili ne tür kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmaktadırlar?

8) BIST konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri, eğitim ile ilgili ne tür kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmaktadırlar?

9) BIST konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri, çalışanları ile ilgili ne tür kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmaktadırlar?

10) BIST konaklama işletmeleri ile dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri, toplum ile ilgili ne tür kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmaktadırlar?

#### 4.5. Veri Kaynakları ve Örneklem

Tez çalışmasının teorik kısmında, ulusal ve uluslararası dergilerde yayınlanmış olan ve en çok atıf almış makaleler, konu hakkında yazılmış kitaplar ve ulusal yayınlanmış tezler kullanılmıştır. Çalışmanın uygulama aşamasında ise işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet raporları, kurumsal faaliyet raporları, kurumsal web siteleri, misyon ve vizyonları,

aldıkları ödüller, sosyal medya hesaplarındaki ifadeler değerlendirmeye alınmıştır. Dolayısıyla tez çalışmasının analiz kısmında ikincil veriler kullanılmıştır.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda BIST’de işlem gören on konaklama işletmesi ve BrandFinance kuruluşu tarafından yayımlanan 2018 yılında dünyanın en değerli otel markaları listesi (The Most Valuable Hotel Brands of 2018 List) sıralamasında yer alan ilk on konaklama işletmesi çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. 1996 yılında kurulan Brand Finance, dünyanın önde gelen bağımsız markalı iş değerlendirme ve strateji danışmanlık firmasıdır. Merkezi Londra’da bulunan firma, 20’den fazla ülkede faaliyet göstermektedir (Brand Finance, 2018). Tez çalışmasında analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri aşağıdaki tabloda sunulmaktadır. Tablo 6 incelendiğinde, Brand Finance tarafından belirlenen dünyanın en yüksek marka değerine sahip ilk on konaklama işletmesi ile Türkiye’de faaliyet gösteren on halka açık konaklama işletmesi olmak üzere toplamda 20 işletme analize dahil olduğu görülmektedir. BIST’de “Lokanta ve Oteller” alt sektöründe işlem gören 12 işletme olduğu görülmektedir. Ancak işletmelerden “Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş.” sadece yiyecek içecek sektöründe hizmet verdiği için analize dahil edilmemiştir. “Metemtur Otelcilik ve Turizm İşletmeleri A.Ş.” ise 2016 ve 2017 yılında kurumsal faaliyet raporu ve kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayımlamadığı için analiz dışında tutulmuştur.

**Tablo 6.** Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmeleri

2018 Yılında Dünyanın En Yüksek Marka Değerine Sahip Konaklama İşletmeleri	BIST Konaklama İşletmeleri
1) Hilton Hotels Corporation	1) Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. (Altın Yunus Resort & Thermal Hotel)
2) Marriott International Inc	2) Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş. (Atlas Konaklama Hizmetleri)
3) HYATT Hotels Corporation	3) Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş. (Kuştur Club Holiday Village)
4) Holiday Inn	4) Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş. (Mares Oteli-Talya Oteli)
5) Courtyard by Marriott	5) Martı Otel İşletmeleri A.Ş. (Martı Hotel & Marinas)
6) Shangri-La Asia Hotels and Resorts	6) Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş. (Merit International Hotels & Resort)
7) Wyndham Hotels and Resorts	7) Petrokent Turizm A.Ş. (Vonresort Golden Beach-Vonresort Abant)
8) Sheraton Hotels & Resorts	8) Tek- Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş. (Club Zigana)
9) Ramada Worldwide Inc.	9) Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş. (Viva Ulaşlar Hotel)
10) Hampton by Hilton	10) Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş. (Utopia World Hotel)

**Kaynak:** <https://www.kap.org.tr/tr/Sektorler>; <https://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-hotels-50-2018/>

Örneklem olarak marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin seçilme sebebi, marka değerleri itibariyle en yüksek konaklama işletmeleri olması ve bu bağlamda doğru yönetim, finansman, satış, pazarlama, müşteri ilişkileri ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirdikleri varsayımdır. BIST konaklama işletmelerinin seçilme sebebi ise, söz konusu işletmelerin yükümlülükleri gereği şeffaf olmaları ve raporlarını düzenli aralıklarla paydaşlarına sunma gerekliliği taşımalarıdır. Ayrıca, halka açık işletmelerin paydaşlarına yönelik gerçekleştirdikleri sosyal sorumlulukları açıklamaları yükümlüğü taşıdıkları düşünülmektedir. Bu sebeple BIST konaklama işletmelerinin faaliyetlerini ve raporlamalarının incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Böylelikle hem bu işletmelerin kendi sınıflandırması içinde karşılaştırması yapılmış hem de Türkiye'deki halka açık konaklama işletmeleri ve dünyanın en yüksek marka değerine sahip konaklama işletmeleri karşılaştırılarak güçlü ve geliştirilmesi gereken zayıf taraflar saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırmada belirlenen amaçlar doğrultusunda, analize dahil edilen konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinde yayımladıkları kurumsal sosyal sorumluluk raporlarına, faaliyet raporlarına ve kurumsal web siteleri ile sosyal medya hesaplarına doküman inceleme tekniği uygulanarak veriler elde edilmiştir. Doküman inceleme tekniği, "araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır" (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Araştırmanın amacı ve kapsamı doğrultusunda hangi kaynakların doküman olarak kullanılması gerektiğine karar verilmiş ve ardından dokümanların ait olduğu kaynaklardan özgün haline erişim sağlanmıştır.

#### **4.6. Analiz Yöntemi**

Araştırmanın analiz bölümünde incelenen konaklama işletmelerinin 2016-2017 yılları kapsamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve raporlamaları, kurumsal faaliyet raporları, kurumsal web siteleri ve sosyal medya hesapları incelenmiş ve raporlama şekilleri küresel raporlama girişimi (GRI) ilkeleri ve Holcomb vd. (2007) çalışmasında belirlenen ilkeler kapsamında değerlendirilmiştir. Bu bağlamda araştırmaya dahil edilen işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet raporları, kurumsal faaliyet raporları, kurumsal web siteleri, kurumsal web siteleri üzerinden erişilen haberler, misyon ve vizyonları, aldıkları ödüller, sosyal medya hesaplarındaki ifadeler içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi; "birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır" (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

İçerik analizi bağlamında konaklama işletmelerinin yerine getirdiği ve kurumsal web siteleri ile raporlarında sunduğu kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden toplanan veriler

kodlanmış ve 33 adet kod belirlenmiştir. Söz konusu aşamada kodlar belirlenirken, elde edilen tüm veriler özenle incelenerek anlamlı bölümler oluşturulmaya çalışılmıştır. Verilerde farklı kısımlarda sunulan ama benzer anlamlara sahip olan bölümler aynı kod altında toplanmıştır. Analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirme sıklığı da göz önünde bulundurularak belirlenen kodlardan temalar tanımlanmıştır. Temalar, birbirleri ile ilişkili olan ve ortak yönlere sahip kodlar üzerinden, kodları genel bağlamda açıklayabilecek ve anlamlı bir bütün oluşturabilecek şekilde belirlenmiştir. Temalar; “çevre, toplum, çalışanlar, etik uygulamalar, sektör” olarak tanımlanmıştır. Daha sonra söz konusu 5 adet tema, gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve işletmeler bazında analiz edilmek amacıyla Holcomb, Upchurch ve Okumuş (2007)’un gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarından esinlenerek oluşturulan bir matris ile incelenmiştir. Söz konusu matris, araştırmanın bulgular ve tartışma kısmında sunulmaktadır.

Analiz kapsamında incelenen konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği faaliyetler arasından belirlenen 33 kod ve 5 tema Tablo 7’de sunulmaktadır.

**Tablo 7.**Analiz Kapsamında Oluşturulan Temalar ve Kodlar

ÇEVRE	TOPLUM	ÇALIŞANLAR	ETİK UYGULAMALAR	SEKTÖR
Enerji Tasarrufu	Eğitime Destek	Adil ve Eşit Fırsatlar	Sorumlu Kaynak Kullanımı	Hissedar ile İlişkiler
Su Tasarrufu	İşsizlikle Mücadele	Mesleki Gelişime Destek	Yerel Kaynak Kullanımı	Tedarikçi ile İlişkiler
Atık Yönetimi	Ulusal Refaha Destek	Kişisel Gelişime Destek	Davranış Kodları Oluşturma	Misafir ile İlişkiler
Geri Dönüşüm	Yerel Refaha Destek	Tazminat ve Ödüller	İnsan Hakları	Sektör İşbirliği
İklim Değişikliği	Sanata Destek	Çalışan Yardım Programları	Kaçakçılık ile Mücadele	
Emisyon Azaltma	Doğal Afetle Mücadele	Çalışan Çeşitliliği	Hayvan Refahı	
Çevre Dostu Tesisler	Vakıf	Çalışan Sağlığı ve Refahı		
Kültürel Mirası Koruma	Bağış			

#### 4.7. Sınırlılıklar

Bu tez çalışması, turizm sektöründe faaliyet gösteren ve BIST’de işlem gören on konaklama işletmesi ile 2018 yılında dünyanın en değerli on konaklama işletmesinin mevcut kurumsal web siteleri, sosyal medya hesapları ile 2016-2017 yıllarına ait kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet raporları,ve kurumsal faaliyet raporları çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

İşletmelerin 2018 yılına ait raporlarının analize dahil edilmemesinin sebebi, söz konusu raporların tüm işletmeler tarafından tez çalışmasının gerçekleştirildiği tarihte yayımlanmamış olmasıdır. Tez çalışmasındaki karşılaştırmanın sağlıklı yapılabilmesi ve tüm işletmeler bağlamında eşit ve adil şartlarda gerçekleştirilebilmesi için işletmelerin aynı yıllar bazında erişimi sağlanan raporlarından faydalanılmıştır. Dolayısıyla tez çalışması neticesinde ulaşılabilecek planlanan bulgular yukarıda sayılan konaklama işletmeleri, bu işletmelerin söz konusu verileri ve verilere ulaşılan zaman aralığıyla kısıtlıdır.



## **5. BULGULAR VE TARTIŞMA**

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın amacına yönelik olarak gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmaktadır. Tablolardan yararlanılarak işletmelerin yıllar bazında gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik yorumlara yer verilmektedir. Bu bağlamda öncelikle analiz dahilindeki işletmelerin kurumsal web sitelerinde, vizyon ve misyonlarında ve sosyal medya hesaplarında yer verilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Daha sonra işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ve yıllık faaliyet raporları incelenmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmaya çalışılmıştır. Son kısımda ise genel bir karşılaştırma ile değerlendirme yapılmaya ve yorumlanmaya çalışılmıştır.

### **5.1. Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları**

Araştırmada öncelikle analize dahil edilen işletmelerinin kurumsal web siteleri incelenmiştir. Kurumsal web sitelerinden erişilen haberler, vizyon ve misyon ifadeleri analize dahil edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen bulgular, öncelikle her bir işletme özelinde ayrıntılı olarak belirtilmiştir. İşletmelerin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini kurumsal web siteleri üzerinden sunma şekilleri, oluşturulan kod ve temalar açısından hangi faaliyetlerin gerçekleştirildiği Tablo 8 ve Tablo 9’da sunulan matrislerle ile açıklanmaya çalışılmıştır.

#### **5.1.1. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları**

Bu bölümde sırasıyla analiz kapsamında olan dünyada marka değeri en yüksek ilk on konaklama işletmesinin kurumsal web sitelerinin analizi sonucunda elde edilen bulgular işletme bazında alt başlıklar halinde sıralanmaktadır.

##### **5.1.1.1. Hilton Hotels Corporation’ın Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Hilton Hotels Corporation’ın kurumsal web sitesi incelendiğinde, gerçekleştirmiş olduğu kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ana sayfasında “ev, yaklaşımımız, sosyal etki, çevresel etki, 2030 hedefleri ve raporlamamız” olmak üzere beş başlık altında raporladığı görülmektedir.

“Ev” başlığı altında işletmenin yayımladığı videolar ve gerçekleştirilen faaliyetler ile ilgili basına yansıyan haberler yer almaktadır. Hilton Hotels Corporation’ın Youtube kanalına erişim

bağlantısı sayfa üzerinden sunulmaktadır. Youtube kanalında 7 sene içinde gerçekleştirdiği sorumluluk faaliyetlerini ve işletme tanıtımlarını konu alan 225 adet video paylaşımında bulunduğu görülmektedir. Kurumsal web sitesinde yer verilen 3 video tarafımızca incelenmiştir. “Sabun Geri Dönüşümü” başlıklı videoda, atıkları azaltma ve geri dönüşüm faaliyetlerinde yenilikçi yolları belirlemeyi amaçlayan ekibin uygulamalarından biri olan sabun geri dönüşümünün hikayesi paylaşılmaktadır. Hilton Hotels Corporation, 2016 yılında sektörün ilk sabun geri dönüşüm projesini başlatmış ve bu bağlamda endüstri lideri olmuştur.

“Amaçlı Seyahat 2030 Hedefleri” başlıklı videoda, işletmenin çevresel ayak izini yarıya indirme ve 2030 yılına kadar bu bağlamda yatırımlarını artırma hedefleri doğrultusunda gerçekleştirdiği faaliyetlere yer verildiği görülmektedir. İşletme hedefleri doğrultusunda, karbon emisyonunu %61 oranında azalttığını ve bu durumun 23,5 milyon aracın yarattığı salınımın etkisini yok etmeye eşdeğer olduğunu bildirmektedir. Ayrıca tüketilen su miktarının %50 oranında azaltıldığı ve bu oranın 6.000 adet olimpik yüzme havuzunu doldurmaya yetecek kadar fazla bir miktar olduğu belirtilmektedir. Hilton Hotels Corporation çalışanlarının çevreyi koruma, eğitim, yerel refaha destek gibi konularda 2017 yılı içerisinde 87 ülkede 237.000 saatten fazla çalışarak 3.819 proje gerçekleştirdiklerini konu alan bir videonun paylaşıldığı gözlemlenmektedir. Ayrıca sayfada işletmenin 2015-2018 yılları arasında gerçekleştirdiği faaliyetleri yazılı basın yoluyla tüm paydaşlarına sunduğu görülmektedir. Haberler; “Ödüller ve tanınırlık, Toplum, Kurumsal Haberler, Finansal, Haberler, Yenilik, Basın Açıklaması, Açılışlar, Amaçlı Seyahat” başlıkları altında sınıflandırılmaktadır. Haber sayılarının yıllara göre dağılımları incelendiğinde, toplum için gerçekleştirilen sorumluluk faaliyetleri ile ilgili haber sayısının 2015 yılında 22 adet iken, 2018 yılında 16 adet habere düştüğü görülmektedir. Ek olarak işletmenin sosyal sorumluluk programı olan “Amaçlı Seyahat” başlığında 4 yıl içinde toplam 49 haber yayımlandığı tespit edilmiştir. En çok haber sayısının 126 haber ile işletme başarı ve faaliyetlerinin bildirildiği “Kurumsal Haberler” başlığı olduğu saptanmıştır.

“Yaklaşımımız” başlığı altında ise işletmenin sürdürülebilir seyahat ve turizm politikalarının açıklandığı saptanmıştır. Başlık altında yöneticinin yıl sonu değerlendirmesi ve işletmenin tedarik zinciri süreçleri bulunmaktadır. Ayrıca BM tarafından oluşturulan ve işletme tarafından benimsenen Küresel Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda gerçekleştirilen uygulamalar bu bölümde yer almaktadır. Uygulamalar incelendiğinde, kalkınma hedeflerinin 17 maddesinin tamamına uyum bağlamında projelerin gerçekleştirildiği gözlemlenmiştir.

“Sosyal Etki” başlığı; “Gençlik, Kapsayıcı Büyüme, İnsan Hakları, Toplum Yatırımı” bölümlerinden oluşmaktadır. Başlık altında öncelikle işletmenin ekonomik fırsatlar yaratma, yerel yatırımları teşvik etme ve afet yardımı sağlama konuları üzerinde vurgu yaptığı görülmektedir. Bunun yanı sıra başlığı oluşturan bölümlerle ilgili bilgi kitapçıklarına erişim yine



buradan gerçekleştirilmektedir. “Gençlik” başlıklı bölümde, işletmenin gençler için sunduğu istihdam, eğitim ve kariyer fırsatlarına yer verilmektedir. İşletme, konaklama sektöründe çalışabilecek nitelikli gençlerin gelişimine destek olabilmek adına çeşitli kurum ve kuruluşlarla işbirlikleri yaparak “Konaklama İçin Başarıya Giden Pasaport, Küresel Stajyerlik Programları, Okuma Odası Projesi” gibi birçok proje gerçekleştirdiğini ifade etmektedir. “Kapsayıcı Büyüme” başlıklı bölümde, işletmenin değer zincirinde yer alan tüm paydaşlarına yönelik yaklaşımı bildirilmektedir. Ayrıca “Hilton’da Çeşitlilik ve Katılım” başlıklı 15 sayfadan oluşan kitapçık incelendiğinde, tüm faaliyet alanlarında farklı kültürlerin kapsandığı, azınlıklar, kadınlar, gaziler, engelli bireyler, LGBT bireyler için yaratılan istihdam oranları ile çeşitliliğin benimsendiği gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra kitapçıkta bulunan ve işletmenin 2010-2017 yılları arasında çeşitlilik ve katılım konusundaki ilerlemesini gösteren grafik dikkat çeken başka bir bulgu olarak tespit edilmiştir. “İnsan Hakları” başlıklı bölüm incelendiğinde, işletme tarafından insan haklarını konu alan politika, eğitim ve uygulamalarının sürekli olarak geliştirildiği görülmektedir. Tüm otellerde insan ticaretiyle mücadele, işgücü kaynaklı modern kölelik ve sorumlu kaynak kullanımı konularında üç yeni eğitim başlatıldığı gözlemlenmektedir. “Toplum Yatırımı” başlıklı bölümde, işletmenin 2017 yılının ekim ayında “Küresel Hizmet Haftası” etkinliğinde gerçekleştirilen gönüllü faaliyetlerin anlatıldığı bir video bulunmaktadır. Bununla birlikte küresel sorunlara çözümler getirmek için 1 milyon dolardan fazla yatırım yapıldığı ifade edilmektedir. Ayrıca işletmenin doğal afetler sonrasında oluşan hasarla mücadele etmek için kurmuş olduğu “Hilton Afet Fonu” aracılığı ile dünyanın birçok yerinde meydana gelen 31 doğal afet sonrasında aktif rol aldığı saptanmıştır.

“Çevresel Etki” başlığı, “enerji ve karbon, su, atık ve sorumlu kaynak kullanımı” bölümlerinden oluşmaktadır. Başlık altında öncelikle, işletmenin dünya üzerindeki çevresel olumsuz etkisini kontrol altında tutmak ve bunu raporlamak için 5300 otelinde kullandığı ödüllü kurumsal sorumluluk performans ölçüm platformu olan “LightStay” açıklanmaktadır. LightStay’ın kullanılmaya başlanmasından bu yana, enerji, karbon, su ve atıkların yönetimi sayesinde 1 milyar doların üzerinde tasarruf sağlandığı bildirilmektedir. Bunun yanı sıra başlığı oluşturan bölümlerle ilgili bilgi kitapçıklarına erişim yine bu bölümden sağlanmaktadır. “Enerji ve Karbon” bölümünde 2008 yılından bu yana enerji tüketiminde %20,6 ve karbon tüketiminde % 30 oranında azalma olduğu vurgulanmaktadır. Bununla beraber, iklim değişikliği ile mücadele için Paris İklim Anlaşması’nda kararlaştırılan emisyonları azaltma ile uyumlu, bilime dayalı karbon hedefleri belirleyen ilk büyük konaklama işletmesi olması dikkat çeken bulgular arasında yer almaktadır. Paris Anlaşması 21. yüzyılda küresel sıcaklık artışını 2 santigrat derecede sabitlemek ve iklim değişikliğine karşı küresel bilinci kuvvetlendirmek için yapılmış bir anlaşmadır (UNFCCC,2019). Bölümde ek olarak 5300 otelin, enerji yönetimi sertifikasına sahip olduğu belirtilmektedir. “Su” başlıklı bölümde su tüketiminin 2008’den bu yana % 20

azaltıldığı ifade edilmektedir. Bununla birlikte işletmenin küresel su sorunuyla mücadele etmeye yardımcı için “Dünya Yaban Hayatı Fonu” ile iş birliği yaptığı görülmektedir. Bu işbirliği sayesinde uyguladıkları bir proje ile Amerika Birleşik Devletleri, Güney Afrika ve Çin'de su riski taşıyan 3 alan tespit edilmiş ve otel çalışanlarını toplumun karşı karşıya olduğu su riski konusunda eğitmeye yönelik programları başlatılmıştır. “Atık” başlıklı bölümde, atık üretiminin 2008-2018 yılları arasında % 30,5 azaldığı vurgusu yapılmaktadır. Atık yönetimi çerçevesinde gerçekleştirilen faaliyetler arasında, işletmenin 38 ülkede ihtiyacı olan insanlara 6 milyondan fazla geri dönüştürülmüş sabun dağıtımını gerçekleştirdiği görülmektedir. Ayrıca dünya genelinde yiyecek atıklarını azaltmak için 34 projeyi hayata geçirdiği bilgisi yine bu bölümde paylaşılmaktadır.

“Sorumlu Kaynak Kullanımı” başlıklı bölümde işletmenin sürdürülebilir deniz ürünleri kullanımı üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. İşletme, sadece sertifikalı balık çiftliklerinden ürün temin ettiğini ve otel restoranlarında soyu tükenmekte olan türlerinin servisinin yapılmadığı ifade etmektedir. Bununla birlikte bu bölümde 2017 yılında ilk kez yayımlanan ve 3 sayfadan oluşan “Hilton Sürdürülebilir Deniz Ürünleri Raporu”na erişim sağlanabilmektedir. Ek olarak işletmenin kullandığı kaynakların çevresel etkisini en aza indirmek ve sürdürülebilir gıda kullanımını artırmak için kuruluşlar ile çalışmalar yürüttüğü bildirilmektedir.

“2030 Hedefleri” başlıklı bölümde işletme, 2030 yılına kadar sosyal etki (kapsayıcı büyüme, yerel yatırım ve doğal afetler) için yatırımlarını iki katına çıkarmayı ve çevresel ayak izini yarıya indirmeyi hedeflediğini belirtmektedir. İşletmenin kurumsal sorumluluk stratejisi olan “Amaçlı Seyahat” ile birlikte insan haklarını koruma, çevre bilinci oluşturma, genç nesiller için fırsat programları geliştirme, sorumlu kaynak kullanımını artırma gibi birçok farklı konuda faaliyetlerini artırmayı planladığı gözlemlenmektedir.

“Raporlamamız” başlığı altında Hilton Hotels Corporation'da, sosyal ve çevresel sorunları ele almak için uygulanan politikaların ve programların; raporlar, açıklamalar, bilgilendirme broşürleri ve bağlantılı web siteleri aracılığı ile raporlandığı ve bu sayede performans ölçümünün gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Programların çoğunun BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne uyumlu olduğu görülmektedir. Bölümde sosyal ve çevresel etkiler için yayımlanan bilgi kitapçıkları, 2011-2018 yılları arasında yayımlanan kurumsal sorumluluk raporları, 2030 hedef raporları ve yönetim bilgisi raporları bulunmaktadır. İşletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen vizyon ve misyonu incelendiğinde, işletme vizyonunda herhangi bir kurumsal sosyal sorumluluk ifadesinin bulunmadığı gözlemlenmekle birlikte, misyonunda misafirler, çalışanlar, işletme sahipleri ve toplum üzerinde olumlu etki yaratma vurgusunun yapıldığı dikkat çekmektedir.

### 5.1.1.2. Marriott International Inc.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi

Marriott International Inc.'nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, gerçekleştirdikleri faaliyetlerin “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” başlığı altında bildirildiği gözlemlenmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk ana başlığının ise “ev, beslemek, sürdürmek, güçlendirmek, hoşgeldiniz” olmak üzere beş alt başlıktan oluştuğu saptanmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği alandan ayrı bir şekilde hazırlanmış olan “çeşitlilik ve katılım” başlıklı bölümde analize dahil edilmiştir.

“Ev” alt başlığında ilk olarak işletmenin BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri rehberliğinde hazırlanmış olduğu “2025 Sürdürülebilirlik ve Sosyal Etki Hedefleri”ni paylaşması dikkat çekmektedir. 2025 hedefleri incelendiğinde; çevre, çalışanlar, insan hakları ve sorumlu operasyonlar olmak üzere dört alana odaklanmış işletme hedeflerinin belirtildiği görülmektedir. Ayrıca “Hedefler ve Performans” bölümü ile işletmenin 2009-2018 yılları arasında yayımladığı sürdürülebilirlik ve sosyal etki raporlarına erişim sağlanabilmektedir. İlgili alanda yer alan bölümlerden bir diğeri olan “Bağış” sayfası sayesinde müşterilere daha önce sınıflandırılmış dört alan içinden yardım yapma fırsatı sunulmaktadır. Müşteriler “dünyayı beslemek” alanından 6 kuruluşa, “sorumlu operasyonların sürdürülmesi” alanından 2 kuruluşa, “fırsat ile güçlendirin” alanından 4 kuruluşa ve “ileri insan hakları” alanından 3 kuruluşa bağış yapabilmektedir. Ek olarak sayfada yer alan “Marriot’un Sesi” başlıklı bölümde işletmenin haber merkezi, yönetim kurulu başkanı ve yöneticinin blog sayfaları, işletmenin kurumsal sosyal medya hesabı ve işletmenin video paylaşımları yer almaktadır. Marriott International Inc.'nin 6 sene içinde gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve işletme tanıtımını konu alan 71 adet video paylaşımında bulunduğu görülmektedir. İşletmenin haber merkezi bölümü incelendiğinde ise gerçekleştirilen faaliyetler sonucunda sağlanan başarıların 2015 yılında 30, 2016 yılında 33, 2017 yılında 17 adet haber üzerinden paylaşıldığı saptanmıştır.

“Beslemek” alt başlığında, toplumun refah seviyesini artırmaya yönelik gerçekleştirilen faaliyetlere yer verildiği gözlemlenmiştir. Özellikle çocuklar ve gençler için yapılan yatırımların üzerinde durulduğu ve kar amacı gütmeyen kuruluşlara destek sağlamak için yıl içinde 6,4 milyon dolardan fazla para toplandığı bildirilmiştir. Ayrıca doğal afetler sonrasında bölgeye destek sağlamak amacıyla “Marriott Afet Yardım Fonu”nun kurulduğu ve fon sayesinde birçok kasırga, yangın ve deprem sonrasında oluşan hasar için yardım sağlandığı belirtilmiştir. İşletmenin doğanın korunması ve sürdürülebilirliği için girişimlerde bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda 2008 yılından itibaren Amazon yağmur ormanlarını korumaya çalışıldığı ve 2013 yılından bu güne kadar Tayland’da 60.000’den fazla mangrov ağacı dikildiği vurgulanmıştır.

“Sürdürmek” alt başlığında işletmenin varlığını devam ettirirken, çevresel ayak izini azaltmak için uyguladığı faaliyetler gözlemlenmiştir. Bu bağlamda enerji ve su kullanımını sürdürülebilir bir şekilde yönetmek, atık ve karbon emisyonlarını azaltmak ve yenilenebilir enerji kullanımını artırmak, iklimle ilgili riskleri azaltmak için yenilikçi teknolojiler kullanıldığı belirtilmiştir. Bir önceki sene ile karşılaştırıldığında su kullanımında %0.02, enerji kullanımında %4.03, karbon emisyonunda %8 oranlarında azalma sağlandığı gözlemlenmiştir. Ek olarak 1.000'den fazla elektrikli araç şarj istasyonu kurulması dikkat çeken bulgular arasında yer almaktadır. Ticari faaliyetlerinin olumsuz çevresel ve sosyal etkilerini azaltmayı hedefleyerek sürdürülebilir, sorumlu ve yerel kaynaklara odaklandığını belirten Marriott International, kâğıt ürünlerinde, deniz ürünlerinde ve ambalajlı ürünlerin tedarikinde seçici davrandığını vurgulamaktadır.

“Güçlendirmek” alt başlığı altında ise işletmenin işsizlik ve eşitsizlik problemlerine karşı gerçekleştirdiği faaliyetler yer almaktadır. Gençler, kadınlar, engelliler, gaziler ve mülteciler için konaklama sektöründeki eğitim programlarına ve ortaklıklara 2,8 milyon dolar yatırım yapıldığı bildirilmiştir. İşgücünde kadınlar için oldukça geniş gelişim ve ilerleme fırsatları sağlandığı gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra özellikle çalışan ve tedarikçi çeşitliliği üzerinde durulduğu, 2017 yılı içinde kadın tedarikçilerden 345 milyon dolarlık mal ve hizmet sağlandığı bilgisi dikkat çekmektedir. Ayrıca engelli bireyler için Marriott Engelliler Vakfı tarafından hazırlanan “Okuldan İşe Köprüler Projesi” sayesinde 2017 yılında 943 engelli genç bireyin istihdam edilmesi sağlanmıştır. Aynı yıl 1126 gazinin işe alındığı ve gaziler tarafından kurulan işletmelerden 33 milyon dolarlık mal ve hizmet tedarik edildiği belirtilmiştir.

“Hoşgeldiniz” alt başlığı altında işletmenin, sektör problemleri olarak kabul ettiği insan kaçakçılığı, cinsiyet ayrımcılığı, sömürü ve zorla çalıştırma gibi insan hakları alanına giren konulara yer verildiği gözlemlenmiştir. Bununla beraber 2017 yılı itibarıyla 243.000 çalışanın insan kaçakçılığı bilinci konusunda eğitim aldığı bildirilmiştir. Ayrıca işletmenin, toplumsal farkındalık yaratmak adına, LGBT bireylerin, Yahudi ve Müslüman gezginlerin olduğu kilit pazarlara hizmet vermeye odaklanan oturumlara ve web seminerlerine katıldığı ifade edilmiştir.

Kurumsal web sitesi üzerinden erişimin sağlandığı “Çeşitlilik ve Katılım” başlıklı bölüm incelendiğinde, işletmenin 1927 yılından beri çeşitlilik kavramını tüm iş faaliyetlerinde benimsediği vurgusunun yapıldığı dikkat çekmektedir. Kurumsal çeşitlilik bağlamında misafirler, iş ortakları, işletme sahipleri ve tedarikçiler olmak üzere paydaşlara yönelik çeşitliliğin programlarla desteklendiği gözlemlenmiştir. Kurumsal çeşitliliğin yanı sıra işletmede küresel çeşitliliğe de yer verildiği belirtilmiştir. Latin Amerika, Asya Pasifik, Karayipler, Orta Doğu ve Afrika gibi bölgelerde öğrenciler için eğitim, genç bireyler ve kadınlar için eğitim ve gelişim fırsatları sağlandığı ifade edilmiştir. Yine işletme tarafından çeşitlilik ve katılım alanında

yapılan faaliyetler sonucunda alınan ödüller ve sağlanan başarılar bu başlık altında yer almaktadır. Marriott International'ın farklı kuruluşlardan 2014 yılında 22, 2015 yılında 21, 2016 yılında 23, 2017 yılında 24 ve 2018 yılında 20 ödül aldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca kurumsal web sitesi üzerinden erişilen işletme misyon ve vizyonu incelendiğinde, işletmenin misyon oluşturmadığı, vizyonunda ise kurumsal sosyal sorumluluk içeren ifadeler yer verilmediği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte “Temel Değerlerimiz” başlığı altında çalışan ilişkileri, iş davranış rehberi ve kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı bağlamında bilgiler sunulduğu saptanmıştır.

### **5.1.1.3. HYATT Hotels Corporation'ın Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

HYATT Hotels Corporations'ının, gerçekleştirmiş olduğu kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini, kurumsal web sitesinde “Kurumsal Sorumluluk” başlığı altında raporladığı saptanmıştır. Söz konusu başlığın “İnsanlarımız, Toplumlarımız, İnsan Hakları, Gezegenimiz, Sorumlu Kaynak Kullanımı, Sorumlu Deniz Ürünleri, Raporlama, Youtube Kanalı” olmak üzere sekiz alt başlıktan oluştuğu görülmüştür. “Kurumsal Sorumluluk” ana sayfasında işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk stratejisinin belirtildiği ve çevre, eğitim, toplum refahı gibi alanlarda sektör içinde ve dışında işbirliği vurgusu yapıldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca işletme yönetim kurulu başkanının paydaşlar ve kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili görüşlerini içeren video kaydına da bu bölümden erişim sağlanmaktadır.

“İnsanlarımız” başlığı altında, işletme tarafından çalışanlara sağlanan sağlık, güvenlik, gelişim ve kariyer fırsatlarının açıklandığı gözlemlenmiştir. HYATT, otellerinde çalışanlar için egzersiz seçenekleri, rahatlama alanları, kafeteryalarda düşük maliyetli veya ücretsiz sağlıklı yemekler, gelişim ve liderlik kursları, seyahat avantajları, emeklilik tasarrufu teşviği gibi faaliyetler gerçekleştirdiğini bildirmiştir. Ayrıca başlık altında tüm kültürlerin, ırkların, etnik kökenlerin, cinsiyetlerin, cinsel yönelimlerin, yaşların, bakış açılarının benimsendiği ifade edilmiştir. Bu bağlamda işletmenin çalışan çeşitliliğine önem verdiği saptanmıştır.

“Toplumlarımız” başlığı altında, işletmenin 2008 yılında kurduğu “Hyatt Toplum Bağışları Programı” sayesinde dünyanın 260 farklı bölgesine evsiz ve işsiz bireyler, çocuklar, gençler, kadınlar ve nesli tükenmekte olan hayvanlar için toplam 3.143.270 dolarlık bağış yapıldığı bildirilen bir rapor sunduğu dikkat çekmektedir. Ayrıca gençlere kariyer fırsatları sunmak ve işsizlikle mücadele etmek amacı ile kurulmuş bir program olan “RiseHY” aracılığıyla Hindistan, Meksika, Brezilya ve Ürdün gibi ülkelerde yaşayan bireylere iş ve eğitim kazandırıldığı bildirilmiştir. Bunun yanı sıra, 1998 yılından beri zihinsel ve fiziksel engelli bireylere mesleki eğitim ve işe yerleştirme olanakları sağlamak için ortaklıklar kurulduğu gözlemlenmiştir.

“İnsan Hakları” başlığı altında insan ticareti ile mücadele, tedarikçiler için davranış kuralları oluşturma, insan haklarına saygı gibi konular ile ilgili işletmenin gerçekleştirdiği faaliyetler belirtilmektedir. Ayrıca 2015 yılında “Çocuk İstismarı ve Kaçakçılığı Davranış Kuralları”nı imzalayan ilk konaklama işletmelerinden biri olduğu vurgulanmaktadır. Yine insan haklarının korunması ve geliştirilmesi için turizm sektöründe birliğin sağlanması bağlamında farklı kuruluşlarla işbirliği yapıldığı gözlemlenmiştir.

“Gezegelimiz” başlığı incelendiğinde, işletmenin enerji ve su tüketimini sınırlama, sera gazı emisyonlarını azaltma, atık azaltma ve geri dönüşüm sağlama, tedarik zinciri sürdürülebilirliği ile bina verimliliği gibi alanları odak alan 2020 Hedefleri üzerinde durduğu gözlemlenmiştir. Bu kapsamda HYATT otellerinde 1990’ların başlarından itibaren enerji ve su takibi yapıldığı, günümüzde ise işletmenin çevre yönetimi veritabanı olan “HyattEcoTrack” sayesinde çevre iyileştirme için projeler gerçekleştirildiği ifade edilmektedir. Ayrıca çevre yönetimi kültürü oluşturmak için otel yöneticilerine ve çalışanlarına eğitimler verildiği bildirilmiştir. İklim değişikliği ile mücadele, gıda atık yönetimi ve su yönetimi için sektör içinde ve dışındaki kuruluşlardaki işbirliği kurulduğu saptanmıştır.

“Sorumlu Kaynak Kullanımı” başlığında, işletmenin satın almada, çevreyi ve hayvan refahını koruyacak ve çeşitliliklerini destekleyecek şekilde kararlar verdiği vurgusunun yapıldığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda şirket; tarımsal ürünler, deniz ürünleri, hayvansal proteinler, plastik ve kağıt ürünler tedariklerinde ve otel geliştirme ve yenileme çalışmaları sırasında sürdürülebilir malzemelerin tercih edildiğini belirtmiştir. Sürdürülebilir deniz ürünleri tüketimi hedefini belirleyen ilk küresel konaklama işletmelerinden biri olarak 2012 yılından bu yana konu ile ilgili çalışmalar yapıldığı bildirilmiştir. Ayrıca şirket, korunmasız türlerin sömürülmesine karşı mücadele etmek ve vahşi yaşamın korunmasına yardımcı olmak için Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nin, yasadışı vahşi yaşam ticareti ile ilgili beyannamesini imzalayan ilk otel grubu olduğunu ifade etmiştir.

“Sorumlu Deniz Ürünleri” başlığında ise deniz ürünlerini korumak ve sürdürülebilirliklerini sağlamaya destek olmak için işletme tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin bildirildiği saptanmıştır. Deniz ürünlerini sorumlu kaynaklardan satın almak için işletme tarafından oluşturulan tedarikçi kriterlerine bu başlık altından erişebilmektedir. Sorumlu deniz ürünleri tedariklerinde işletmenin karşılaştığı dört sorun ve sorunlara getirilen çözümler ayrıntılı şekilde belirtilmiştir. Özellikle deniz ürünlerinin hangi bölgelerden geldiğinin izlenebilmesi için sertifikalı tedarikçilerin tercih edildiği gözlemlenmiştir.

“Raporlama” başlığı altında, işletmenin 2011-2018 yılları arasında gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlarına erişim sağlanabilmektedir. Kurumsal sorumluluk raporlarının yanı sıra işletmenin 2013 yılından günümüze iklim değişikliği tehdidinde

karşı aldığı önlemleri ve stratejileri bildirdiği Karbon Saydamlık Projesi (Carbon Disclosure Project, CDP) raporları bu başlık altında yer almaktadır.

“Youtube kanalı” başlığı altında işletmenin, Youtube üzerinden oluşturduğu kanala bağlantı sağlandığı gözlemlenmiştir. İşletmenin “Hyatt Thrive” başlıklı kanalından gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili 83 adet video paylaşımında bulunduğu saptanmıştır. İşletmenin kurumsal web sitesi genel olarak incelendiğinde oluşturulan başlıklar altında belirtilen faaliyetlerin, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri içinden ilgili 12 tanesiyle uyum içinde gerçekleştirilmesi dikkat çekmektedir. HYATT’ın kurumsal web sitesi üzerinden erişilen işletmenin vizyon ve misyonu incelendiğinde ise kurumsal sosyal sorumluluk kavramını içeren bir ifadenin kullanılmadığı gözlemlenmiştir.

#### **5.1.1.4. Holiday Inn’in Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Holiday Inn, InterContinental Hotels Group’un bir yan kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir. InterContinental Hotels Group’un kurumsal web sitesi incelendiğinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin “Sorumlu İş” ana başlığı altında sunulduğu gözlemlenmiştir. Sorumlu iş ana başlığının ise “Giriş, 2018-2020 Hedeflerimiz, Sorumlu İş Kültürümüz, İnsanlarımız, Çevresel Sürdürülebilirlik, Toplum Etkisi, İyisi İçin Doğru Konaklama, Raporlama ve Performans, Politikalar, Hikâyemiz” olmak üzere on altı başlığı içerdiği belirlenmiştir.

“Giriş” alt başlığında, genel olarak işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk stratejileri ve bu doğrultuda uyguladığı programlar ile hedeflerinin ele alındığı gözlemlenmiştir. Ayrıca paydaş ilişkilerine ve işbirliklerine bu bölümde yer verildiği belirlenmiştir. BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’ni desteklemek için belirlenen yedi hedef ile ilgili gerçekleştirilen faaliyetler bu bölümde ayrıntılı şekilde sunulmuştur. İşletme tarafından planlanan ve dört sorumluluk alanını içeren faaliyetlerden oluşan üç yıllık hedefler “2018-2020 hedeflerimiz” alt başlığında bildirilmiştir. Yeni hedeflerin yanı sıra, 2013-2017 yılları arasında belirlenen beş ana hedef ve performansa yönelik bulgulara erişim aynı başlık altından sağlanmıştır.

“Sorumlu İş Kültürümüz” alt başlığının “Yönetim ve Liderlik, Sorumlu Yaklaşımlar Ve Etik, Risk Yönetimi, İnsan Hakları, Modern Kölelik, Sorumlu Tedarik” bölümlerine ayrıldığı gözlemlenmiştir. Özellikle işletmenin insan hakları ve modern kölelik ile mücadele için davranış kuralları geliştirdiği, ilgili kuruluşlarla işbirlikleri gerçekleştirdiği, çalışanlarda bilinç oluşturmak için eğitim seminerleri düzenlediği saptanmıştır. Yine diğer işletmelerden farklı olarak işletmenin karşılaştığı riskler ve risklerin yönetim süreçleri hakkında detaylı bilgiye yer verilmesi dikkat çeken bulgular içinde yer almaktadır.

“İnsanlarımız” alt başlığında işletmenin çalışanlarının refahını artırmak için uyguladığı faaliyetler bulunmaktadır. Çalışanların mesleki alanda gelişmeleri için eğitim fırsatları sunulduğu gözlemlenmiştir. İşletmenin sorumluluk raporlarında yer almayan bulgulardan biri olarak dikkat çeken, çalışanların eğitim alanındaki gelişmelerini takip edebilecekleri öğrenme platformu “MyLearning” ile genel müdürler için tasarlanan öğrenim programı “Fuse” hakkında bilgilendirmeler bu bölümde yapılmaktadır. Ayrıca diğer işletmeler tarafından yayımlanmayan ve 7 sayfadan oluşan “İngiltere Cinsiyet Ücret Farkı” raporuna erişim bu alt başlık altından sağlanmaktadır.

“Çevresel Sürdürülebilirlik” alt başlığı IHG Green Engage, karbon ve enerji, su bölümlerinden oluşmaktadır. IHG Green Engage sistemi, işletme tarafından geliştirilen, otellerde enerji, karbon, su ve atık kullanımlarını yönetmeye ve raporlamaya yarayan, maliyetleri ve çevresel etkileri en aza indirmek için tasarlanmış bir program olarak tanımlanmaktadır. Sistem sayesinde üretilen yeşil çözümler içinden biyolojik çeşitliliğin korunmasından, yiyecek atıklarının değerlendirilmesine kadar farklı alanlarda sürdürülebilirliğin sağlandığı gözlemlenmiştir. Su, enerji ve karbon tasarruflarına örnek olarak işletmenin bazı tesislerinde gerçekleştirilen faaliyetleri bu bölümde yayımladığı saptanmıştır.

Yerel halka eğitim ve beceri kazandırabilmek için hazırlanmış olan işletmenin kariyer programı olan “IHG Akademi” ile, doğal afet sırasında zarar gören çalışanlara destek sağlamak amacı ile kurulan afet yardım fonu ile ilgili faaliyetler “Toplum Etkisi” alt başlığı altında sunulmuştur. Ayrıca bu bölümde işletmenin kurmuş olduğu vakıf sayesinde elde edilen bağışla destek gösterilmeyeceği ifade edilen kuruluş ve organizasyonların bildirilmesi ve bu doğrultuda oluşturulan toplumları destekleme politikası yayımlaması dikkat çekmektedir.

“İyisi İçin Doğru Konaklama” alt başlığı altında işletmenin beş temel unsurunu barından, toplum ile çalışanlar ve hayırsever bireyler arasında köprü kurmayı hedefleyen program hakkında bilgi verildiği gözlemlenmiştir. Oluşturulan program sayesinde gerçekleştirilen sorumluluk faaliyetlerine çalışanların gönüllü olarak katılmaları için fırsatlar sunulduğu ve otelde konaklayan misafirlerin dahil olabilmeleri için puan başışı sistemi geliştirildiği belirtilmiştir. Ayrıca işletme bu bölümde paylaştığı bir video ile program hakkında detaylı bilgi sunmuştur.

“Raporlama ve Performans” alt başlığında, işletmenin performans değerlendirmeleri yer almaktadır. Veri tabloları bölümü altında karbon ayak izi, enerji ve su tüketimi, atık ve cinsiyet profili grafikleri oluşturulduğu dikkat çekmektedir. Oluşturulan grafikler doğrultusunda 2012-2017 yılları arasında işletmenin gösterdiği gelişme rakamsal ifadelerle bildirilmiştir. Bunun yanı sıra işletmenin 2008 yılından itibaren “Kurumsal Sorumluluk”, 2014 yılından itibaren “Sorumlu İş Raporu” başlığı altında gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporladığı ve paylaştığı gözlemlenmiştir. Ek olarak alt başlıkta yer alan GRI puan kartı bölümünde



işletmenin GRI sürdürülebilirlik raporlama standartlarına paralel hareket ettiği ve raporladığı vurgusu yapılmıştır.

“Politikalar” alt başlığında; davranış kodu, vergi yaklaşımı, çevre, insan hakları, çeşitlilik ve katılım, toplumu desteklemek ve IHG tedarikçi davranış kuralları hakkında işletme politikalarının bulunduğu gözlemlenmiştir. İşletme; çevre, insan hakları, IHG tedarikçi davranış kuralları ve toplumu desteklemek ile ilgili politikalarını 42 farklı dil seçeneğiyle paydaşların erişimine sunmuştur.

İşletmenin; doğal afetler için geliştirilen önlemler, çevreyi koruma, hayvanları koruma, eğitim için gösterilen çaba, sürdürülebilirliğin sağlanması, kuruluşlarla yapılan işbirlikleri, vakıf faaliyetleri gibi farklı alanlarda gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini “hikayemiz” alt başlığında 45 haber ile paylaştığı gözlemlenmiştir. 45 haber incelendiğinde işletmenin daha çok eğitim alanında projeler oluşturduğu ve doğal afet sonrasında oluşan hasarın azaltılması için yoğun çaba gösterdiği saptanmıştır. Ayrıca IHG'nin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen işletme vizyon ve misyonu incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk kavramını içeren herhangi bir ifadenin bulunmadığı belirlenmiştir.

#### **5.1.1.5. Courtyard By Marriott'un Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Brand Finance tarafından oluşturulan listede beşinci sırada yer alan Courtyard by Marriott, 1983 yılında Marriott International tarafından kurulmuştur. Daha çok iş seyahatine çıkan misafirlerin taleplerini karşılar nitelikte tasarlanan ve daha uygun fiyatlı olan Courtyard, yıllar geçtikçe iş seyahatine çıkan misafir grupları dışındakiler tarafından da tercih edilir olmuştur. Ayrıca 1998'de Starwood Hotels and Resorts Worldwide tarafından satın alınan Sheraton Hotel and Resort, 2015 yılının sonlarına doğru Marriott International'ın Starwood Hotels and Resorts Worldwide'ı satın almasıyla Marriott grubuna dahil edilmiştir. Analiz sürecinde, Courtyard by Marriott ve Sheraton Hotels and Resorts'un kurumsal web siteleri üzerinden kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili herhangi bir bulguya rastlanmadığı ve Marriott International'ın web sitesine yönlendirildikleri tespit edilmiştir. Bu bağlamda Marriott International kurumsal web sitesi üzerinden erişilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bünyesinde barındırdığı diğer iki konaklama işletmesini de kapsadığı varsayımı ile hareket edilmiştir.

#### **5.1.1.6. Shangri-La Asia Hotels And Resorts'un Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un kurumsal web sitesi incelendiğinde, işletmenin gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” başlığı

altında bildirdiği gözlemlenmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk ana başlığının ise “Sürdürülebilirlik, Odak Bölgeleri, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri” olmak üzere üç alt başlıktan oluştuğu saptanmıştır.

Sürdürülebilirlik alt başlığı kendi içinde “Sürdürülebilirlik, Görev Tanımı, Raporlar, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Videoları” bölümlerinden oluşmaktadır. “Sürdürülebilirlik” bölümü incelendiğinde, Shangri-La Asia Hotels and Resorts’un, Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi kapsamında Asya Pasifik içindeki endeks bileşeninde bulunan tek otel grubu olarak tanınması dikkat çekmektedir. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi, 1999 yılında kurulan, işletmelerin hisse senedi performansını ekonomik, çevresel ve sosyal ölçütler açısından takip eden ilk küresel sürdürülebilirlik endeksidir (DJSI, 2018). Bu bulgu, Shangri-La Asia Hotels and Resorts’un turizm sektöründeki sürdürülebilir operasyonlara verdiği önemin göstergesidir. Yine bu bölümde işletmenin 2012 yılında sunduğu sürdürülebilirlik raporuna erişim sağlanabilmektedir. “Görev tanımı” bölümü incelendiğinde, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk yükümlülükleri konusundaki genel yaklaşımının, oluşturulan bir şema ile paylaşıldığı gözlemlenmiştir. Şemada işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk alanlarının çalışanlar, iş, çevre ve toplum çerçevesinde belirlendiği görülmektedir. Raporlar bölümünde ise Shangri-La Asia Hotels and Resorts’un şeffaf bir işletme olduğunu bildirmek adına uluslararası standartlara uygun olarak hazırlanan raporlar sunulmaktadır. Bu bölümde işletmenin 2010 ve 2012 yıllarına ait sürdürülebilirlik raporlarına ve 2012 yılından itibaren yayımlanan “BM Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi” raporlarına erişilebilmektedir. “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Videoları” bölümünde ise doğa, çocuklar ve toplum için gerçekleştirilen sorumluluk faaliyetlerini içeren 4 video bulunmaktadır. Ayrıca Shangri-La Asia Hotels and Resorts tarafından Youtube kanalları üzerinden paylaşılan 521 videoya bu bölümden ulaşılabilmektedir. Youtube kanalları üzerinden paylaşılan videolardan 8 tanesinin sürdürülebilirlik, 2 tanesinin kurumsal sosyal sorumluluk başlığı altında yayınlandığı gözlemlenmiştir.

“Odak Bölgeleri” alt başlığı ise kendi içinde “Çevre, Sağlık ve Güvenlik, Çalışanlar, Tedarik Zinciri, Paydaş İlişkileri” bölümlerinden oluşmaktadır. “Çevre” bölümü incelendiğinde, doğal yaşam alanlarını restore etmek, biyolojik çeşitliliğin koruması için katkıda bulunmak, atık, su ve enerji yönetimini sağlamak gibi alanlar öncelikli olmak üzere gerçekleştirilen faaliyetlerin paylaşıldığı gözlemlenmiştir. İşletme, iklim değişikliği ile mücadele etmek için 2011 yılından bu yana “Karbon Saydamlık Projesi”nde aktif rol aldığını ifade etmiştir. Yine Shangri-La Asia Hotels and Resorts otellerinden 55 tanesinin çevre yönetim sistemleri bağlamında sertifika sahibi olduğu görülmüştür. Ek olarak bu bölümde sera gazı emisyonlarının yoğunluğunda 2015 yılına göre %5,6 azalma sağlandığı, ancak su tüketim yoğunluğunun 2015 seviyesi ile aynı kaldığı bildirilmiştir. Ayrıca işletme tesislerinin yağmur suyu ve güneş enerjisi gibi doğal kaynaklardan faydalandığı belirtilmiştir.

“Sağlık ve Güvenlik Bölümü” incelendiğinde, Shangri-La Asia Hotels and Resorts tarafından tüm paydaşları yararına sağlık ve güvenlik standartlarının korunduğu ifade edilmiştir. Sağlık ve güvenlik standartları, gıda güvenliği sistemleri, hijyen ölçüleri, ile otelin güvenlik ve emniyet birimlerini kapsamaktadır. 2017 yılı sonunda zincire bağlı 49 otelin, iş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemleri sertifikası aldığı ve 60 otelin ise gıda güvenliği alanında sertifika sahibi olduğu ifade edilmiştir.

“Çalışanlar” bölümü incelendiğinde işletmenin, personelin kişisel gelişimi ve mesleki eğitimleri için sunduğu fırsatlar gözlemlenmiştir. Bu bağlamda işletmenin, adil çalışma koşullarının sağlanması bağlamında politikalar ve işbirlikleri gerçekleştirdiği saptanmıştır. Bununla beraber yasadışı işyeri davranışları ve ayrımcılık konularında taviz verilmediği, yerel istihdamın teşvik edildiği ifade edilmiştir. Ayrıca engelli bireylere iş fırsatları yaratmak adına, 2012 yılından beri çalışan sayısının %2’sinin engelli bireylerden oluşması hedefinin belirlendiği saptanmıştır.

“Tedarik Zinciri” bölümünde ise işletmenin sürdürülebilir kaynaklar ve çevre dostu ürünlerin kullanımı için gerçekleştirdiği faaliyetler açıklanmıştır. Sürdürülebilir deniz ürünleri politikasının oluşturulması bağlamında, nesli tükenmekte olan hayvanların tedarikinin sağlanmadığı belirtilmiştir. 2018 yılının Haziran ayından beri Çin ve Hong Kong’da faaliyet gösteren Shangri-La Asia Hotels and Resorts otellerinin tamamının (53 tesis) deniz ürünleri tedarigi ve kullanımı ile ilgili sertifika aldığı gözlemlenmiştir. Ek olarak işletme tesislerinin mutfak bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmek için projeler yürütüldüğü ifade edilmiştir.

“Paydaş İlişkileri” bölümü incelendiğinde, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik performansını artırmak bağlamında tüm paydaşların dahil olduğu bir anket çalışması aracılığı ile kurumsal sosyal sorumluluk odak alanlarının belirlendiği bir grafik oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Grafik, belirlenmiş olan 19 kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetini öncelik sırasına göre ölçmektedir. Ayrıca Shangri-La'nın iç ve dış paydaşlarla sürdürülebilirlik taahhütlerine ilişkin iletişimi daha da artırmak için, kurumsal sosyal sorumluluk girişim ve faaliyetlerinin paylaşıldığı Shangri-La Sürdürülebilirlik başlıklı bir bloğu başlattığı bildirilmektedir. Haftalık yayınlarla güncellenen blog, 40 ülkeden okuyuculara ulaşmakta ve Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un sürdürülebilirlik çabaları için farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır.

“Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri” alt başlığı incelendiğinde, işletmenin 2009 yılında insanları koruma programının bir projesi olarak başlatılan “Embrace” kapsamında, çocuk sağlığı ve eğitimi için gerçekleştirilen faaliyetlerin belirtildiği gözlemlenmiştir. Proje bağlamında ihtiyacı olan çocuklar için kaynak yaratma, eğitim ve staj fırsatları oluşturma gibi uygulamaların sunulduğu ifade edilmiştir. Bu bağlamda 2017 yılında çocuklara 317 iş ve staj teklif edildiği, yıl

içinde çalışanların sorumluluk faaliyetlerine destek olmak için 42.775 saat gönüllü olarak görev yapıldığı gözlemlenmiştir. Ek olarak, ilgili alt başlıkta gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri “Sahiplenme ve Koruma Alanı” bölümlerinde paylaşılmıştır. “Koruma Alanı” bölümünde daha çok doğal hayatın korunması ve hayvanların refahı için gerçekleştirilen faaliyetlere yer verildiği gözlemlenmiştir. Bu bölümde “Resif Bakımı Projesi” altında 4, “Doğaya Bakım Projesi” altında 5, “Kaplumbağa Bakım Projesi” altında 4 ve “Panda Bakım Projesi” altında 1 adet sorumluluk projesi paylaşılmıştır. Sahiplenme bölümünde ise çocukların refahı için, eğitim, barınma, sağlık gibi alanları içeren ve 15 program dâhilinde gerçekleşen 30 faaliyetin bildirildiği belirlenmiştir. Shangri-La Hotels and Resorts’un kurumsal web sitesi üzerinden erişilen işletme vizyon ve misyonu incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında bir ifadenin yer almadığı saptanmıştır.

#### **5.1.1.7. Wyndham Hotels And Resorts’un Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Wyndham Hotels and Resorts’un kurumsal web sitesi incelendiğinde, gerçekleştirilen faaliyetlerin “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” başlığı altında bildirildiği gözlemlenmiştir. Başlık; “Çeşitlilik ve Dahil Olma, Çevre ve Sürdürülebilirlik, İnsan Hakları ve Etik, Hayırseverlik” alt başlıklarından oluşmaktadır. Yine kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin 2006 yılından itibaren işletme tarafından benimsendiği ve konu bağlamında çalışmaların yapıldığı ifade edilmiştir.

“Çeşitlilik ve Dahil Olma” alt başlığı incelendiğinde, öncelikle işletmenin tüm faaliyet kollarında çeşitlilik ve katılım kültürünün oluşturulduğu ve tüm paydaşlara eşit fırsat politikası ile yaklaşıldığı belirtilmiştir. Bu bağlamda sektör içinde çeşitliliği artırmaya yönelik programlar geliştirmek, çalışan ve tedarikçiler için çeşitlilik politikaları oluşturmak, tüm azınlık grupları, kadınlar, gaziler, emekliler ve engelli bireyleri çalışma ortamına dahil etme bağlamında hareket etmek gibi hedeflerin üzerinde durulduğu gözlemlenmiştir. Yine ırk, renk, din, cinsiyet, cinsel yönelim, vatandaşlık, medeni durum, ulusal köken, yaş veya sakatlık temelinde çalışanlara içinde ayırım yapılmadığı ve adil istihdam politikalarına bağlı olunduğu ifade edilmiştir. Ek olarak tedarikçi çeşitlilik programı dahilinde, azınlığa ait işletmeler (Afro-Amerikan, Asya Amerikan, İspanyol Amerikan ve Amerikan Yerli), kadınlara ait işletmeler, lezbiyen, gay, biseksüel ve transseksüellere (LGTB) ait işletmeler ve emekli ve engelli bireylerin işletmeleri ile çalışıldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca gazilerin, kadınların, azınlıkların ve farklı cinsel yönelimlere sahip insanların çeşitliliğini korumak için 8 farklı kuruluş ile işbirlikleri yapıldığı belirtilmiştir.

“Çevre ve Sürdürülebilirlik” alt başlığı incelendiğinde, işletmenin 2006 yılında geliştirdiği sürdürülebilirlik programı ile yenilikçi uygulamalar oluşturmak için önemli yatırımlar yaptığını belirttiği gözlemlenmiştir. Çevre ile ilgili hedeflerin; çevresel programlar ve hizmetler

geliştirmek, yeşil programların performansını ölçmek, çevre etkisini azaltmak için paydaşlarla birlikte çalışmak ve iklim politikalarına ve çevre yasalarına uymak üzerinde yoğunlaştığı saptanmıştır. Yine işletmenin çevre ana odak noktaları olarak belirlediği enerji tasarrufu, su tasarrufu, eğitim, geri dönüşüm ve yeniden kullanım, toplum ve yenilikler bağlamında gerçekleştirdiği faaliyetler bildirilmiştir. Sürdürülebilirlik ve iklim değişikliği ile ilgili mücadele konularında, e-bültenler, web seminerleri ve küresel konferanslar aracılığı ile 10 dilde sürdürülebilirlik eğitimi verilmesi dikkat çeken bulgular arasında yer almaktadır. Ayrıca işletmenin atık yönetimi politikasına bu bölümden erişilmektedir. Bu bağlamda işletmenin atıkları azaltmak, yeniden kullanmak, başışlamak ve geri dönüştürmek için uygulamalar geliştirdiği belirlenmiştir. Bu uygulamalae sonucunda bir yıl boyunca 626 evin elektriğini karşılayacak ve bir yılda 9,345 kişinin günlük su ihtiyacını karşılayacak kadar geri dönüşüm yapıldığı belirtilmiştir. Ayrıca doğal kaynakların sürdürülebilir bağlamda korunması adına kuruluşlarla işbirlikleri gerçekleştirildiği ifade edilmiştir.

“İnsan Hakları ve Etik” alt başlığında ise işletmenin iş ilkeleri ve etik uygulamalara yaklaşımı bildirilmiştir. Bu kapsamda 2007 yılında yayımlanan insan hakları politikasına yer verilmekte ve çocukların güvenliği ile toplumun refahı için sektör içinde ve dışında faaliyet gösteren kuruluşlarla ortaklıklar ve projeler gerçekleştirildiği gözlemlenmiştir. Ayrıca insan kaçakçılığı ve kölelik ile mücadele bağlamında yayımlanan “Modern Kölelik Bildirisi”ne başlık altından erişim sağlanabilmektedir. İşletmenin çocuk işçi çalıştırmaya karşı olduğu gözlemlenmiş ve çocuk istismarına karşı çalışmalar yaptığını bildirmek amacıyla “Turizm Çocuk Koruma Davranış Kuralları” oluşturulduğu saptanmıştır.

“Hayırseverlik” alt başlığı incelendiğinde, işletme olarak gelecek nesillerin yaşamlarını iyileştirmek adına, doğal çevreyi koruma, eğitim ve sağlık olmak üzere üç alanda hayırseverlik faaliyetleri gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Bu kapsamda çalışanların ücretli izin verilen günlerde gönüllü olarak sorumluluk projelerinde yer aldığı, iş ortaklarının tanınmış hayır kuruluşları için yerel, ulusal ve küresel düzeylerde fon sağlama çabalarına öncülük ettiği ve kar amacı gütmeyen yardım kuruluşlarına katkı sağlandığı ifade edilmiştir. Ayrıca başlık altında, site ziyaretçilerinin başış başvurusunda bulunabilmesi için ilgili alana erişim imkanının verilmesi dikkat çekmektedir. Wyndham Hotels and Resorts’un kurumsal web sitesi üzerinden ulaşılan işletme misyonu ve değerleri incelendiğinde, misyon içinde kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında bir ifadenin bulunmadığı, ancak işletme değerleri altında farklılıklara saygı duyma ve kapsayıcılık vurgusunun yapıldığı saptanmıştır.

### **5.1.1.8. Sheraton Hotels & Resorts'un Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

1998'de Starwood Hotels & Resorts Worldwide tarafından satın alınan Sheraton Hotel & Resort, 2015 yılının sonlarına doğru Marriott International Inc.'nin Starwood Hotels & Resorts Worldwide'ı satın almasıyla Marriot International grubuna dahil edilmiştir. Sheraton Hotels&Resorts'un kurumsal web sitesi incelendiğinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili herhangi bir bulguya rastlanmamıştır. Kurumsal web sitesinde ana sayfada yer alan "MI Kurumsal Sorumluluk" başlığı altında Marriott International'ın web sitesine yönlendirildiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda Marriot International kurumsal web sitesi üzerinden erişilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bünyesinde barındırdığı Sheraton Hotels & Resorts'u da kapsadığı varsayımı ile hareket edilmiştir.

### **5.1.1.9. Ramada Worldwide Inc.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Brands Finance tarafından yayımlanan listede dokuzuncu sırada yer alan Ramada Worldwide Inc., 2006 yılından beri Wyndham Hotels and Resorts bünyesinde faaliyet göstermektedir. İşletmenin kurumsal web sitesi arandığında, Wyndham Hotels and Resorts'ın kurumsal web sitesi üzerinden erişimin sağlanabildiği ve kendi sitesi üzerinden herhangi bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiriminin yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda Wyndham Hotels and Resorts'un sitesinde yer alan tüm kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin Ramada Worldwide Inc.'i de kapsadığı kabul edilmiştir.

### **5.1.1.10. Hampton by Hilton'ın Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Brand Finance tarafından yayımlanan listede onuncu sırada yer alan Hampton by Hilton, 1999 yılında Hilton Hotels Corporation tarafından Promus Hotel Corporation'ın satın alınmasıyla Hilton Worldwide markası haline gelmiş işletme grubudur. Hilton Hotels Corporation'ın kurumsal web sitesinde yer alan haberler bölümünde, 2015-2018 yıllarını kapsayan ve Hampton by Hilton tarafından gerçekleştirilen bazı faaliyetlere yer verildiği gözlemlenmiştir. Hampton by Hilton'un çevre ve insan sağlığı performansının iyileştirilmesi için tasarlanan tesisleri ile ödül aldığı tespit edilmiştir.

Erişilen başka bir haberde, Ulusal El Yıkama Farkındalığı Haftası (National Handwashing Awareness Week) adına, Hampton by Hilton'un otel sabunu ve banyo malzemelerini geri dönüştürmek için dünyanın en büyük organizasyonu Dünyayı Temizle (Clean the World) ile ortaklık yaptığı belirlenmiştir. İşletme, geri dönüşüm projelerinin yanı sıra, çocuklar için gıda başlığı organizasyonları gerçekleştirmek gibi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile dikkat

çekmektedir. Hampton by Hilton, Hilton Hotels Corporation kuruluşu olduğu için, Hilton Worldwide'ın kurumsal web sitesi üzerinden erişilen bulguların, diğer tüm Hilton otellerini kapsadığı gibi Hampton by Hilton'u da kapsadığı düşünülmüş ve söz konusu bulgular her iki işletme analizinde de kullanılmıştır. Ayrıca işletmenin kendi kurumsal web sitesinde incelendiğinde, 2012 yılında Hampton by Hilton tarafından daha güçlü toplumlar oluşturmaya yardımcı olmak için kurulan ve yeni bir topluluk ilişkileri platformu olan "Hamptonality Uygulamaları"nın başlatıldığı gözlemlenmiştir. "Hamptonality Uygulamaları-Toplum Hizmeti ile Konukseverliği Artırma" başlığı altında toplum için gönüllü çalışmalar gerçekleştirildiği ve bağışta bulunduğu bilgisine ulaşılmıştır. İşletmenin "Hamptonality Uygulamaları" adını verdiği sosyal sorumluluk faaliyetleri içinde yer alan "Küresel Hizmet Ayı" projesi ile 2012 yılı Ekim ayından bu yana, bütün Hampton by Hilton otellerinde gönüllü etkinliklere ev sahipliği yapıldığı ve toplum yararına faaliyetler gerçekleştirildiği saptanmıştır.

#### **5.1.1.11. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Genel Değerlendirmesi**

Araştırmada, analize dâhil edilen dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini, kurumsal web sitelerinde bildirme sıklığına göre belirlenen kodlardan temalar tanımlanmıştır. Belirlenen beş tema altındaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerindeki varlığı ya da yokluğu Tablo 8'deki işaretlemelerle sunulmaktadır.

Tabloda; A: Enerji tasarrufunu, B: Su tasarrufunu, C: Atık yönetimini, Ç: Geri Dönüşümü, D: İklim değişikliğini, E: Emisyon azaltmayı, F: Çevre dostu tesisleri, G: Kültürel mirası korumayı, H: Eğitime desteği, I: İşsizlikle mücadeleyi, İ: Ulusal refaha desteği, J: Yerel refaha desteği, K: Sanata desteği, L: Doğal afetle mücadeleyi, M: Vakıfları, N: Bağışları, O: Adil ve eşit fırsatları, Ö: Mesleki gelişime desteği, P: Kişisel gelişime desteği, R: Tazminat ve ödülleri, S: Çalışan yardım programını, Ş: Çalışan çeşitliliğini, T: Çalışan sağlığını, U: Sorumlu kaynak kullanımını, Ü: Yerel kaynak kullanımını, V: Davranış kodunu, Y: İnsan haklarını, Z: Kaçakçılıkla mücadeleyi, W: Hayvan refahını, Q: Hissedar ilişkilerini, X: Tedarikçi ilişkilerini, α: Misafir ilişkilerini, β: Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini ifade etmektedir.

**Tablo 8.** Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları

Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE							TOPLUM							ÇALIŞANLAR						ETİK UYG.					SEKTÖR		%							
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y		Z	W	Q	X	α	β	100
1.Hilton	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96
2.Marriott	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96
3.Hyatt	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93.93
4.Holiday Inn	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	81.81
5.Courtyard	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96
6.Shangri-La	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+		+	+	+			+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	78.78
7.Wyndham	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+			+	+	+	+	84.84
8.Sheraton	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96
9.Ramada	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+			+	+	+	+	+	84.84
10.Hampton by Hilton	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96



Tablo 8 incelendiğinde, analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinin “Çevre” teması bağlamında genel olarak doğa üzerindeki olumsuz etkileri azaltmak ve çevrenin sürdürülebilirliğini sağlamak adına faaliyetler gerçekleştirdikleri ve bu faaliyetler hakkında bilgi verdikleri görülmektedir. Marka değeri en yüksek on konaklama işletmesinin “Çevre” teması altında oluşturulan kodlardan “Çevre Dostu Tesisler” ve “Kültürel Mirası Koruma” dışındaki 6 kodun tamamına katılım göstermeleri dikkat çekmektedir. İşletmeler tarafından en az gerçekleştirilen faaliyetin ise “Kültürel Mirası Koruma” olduğu saptanmıştır. Hilton Hotels Corporation, Hampton by Hilton, Hyatt Hotels Corporation, Holiday Inn ve Shangri-La Asia Hotels and Resorts dışındaki 6 konaklama işletmesinin, “Çevre” teması altındaki bütün kodlarla ilgili sosyal sorumluluk faaliyetlerini kurumsal web siteleri üzerinden bildirme eğiliminde oldukları görülmektedir.

Tablo 8 incelendiğinde, analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinin “Toplum” teması altında gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, toplumların gelişmesi için önem arz eden eğitim ve istihdam alanlarında ve işletmelerin faaliyet gösterdiği bölgelerdeki toplum refahını artırmaya yönelik olduğu gözlemlenmektedir. İşletmelerin tamamının “Eğitime Destek, İşsizlikle Mücadele, Ulusal Refaha Destek, Yerel Refaha Destek ve Doğal Afetle Mücadele” kodları bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri görülmektedir. Ayrıca tüm işletmelerin, belirledikleri alanlarda bağış yaptıkları dikkat çekmektedir. Shangri-La Asia Hotels and Resorts dışındaki 9 konaklama işletmesinin kendi bünyesinde bir vakıf kurduğu ve sosyal yardımlarda bulunduğu gözlemlenmektedir. İşletmelerin “Toplum” teması altında belirlenen kodlara sıklıkla katılım sağladığı görülmekle birlikte, Shangri-La Asia Hotels and Resorts’un analize dahil olanlar içinde en az faaliyet bildiren konaklama işletmesi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Hilton Hotels Corporation ve bünyesinde faaliyet gösteren Hampton by Hilton’un, “Sanata Destek” kodu bağlamında faaliyet gösteren tek işletme olduğu görülmektedir. İşletmenin kurumsal web sitesinde paylaşılan bir haberde, tiyatro eğitimi almak isteyen gençler için bir yardım kuruluşuna fon sağlandığı belirtilmektedir. Yine Hilton Hotels Corporation ve Hampton by Hilton’un “Toplum” teması altındaki tüm kodlarla ilgili faaliyet bildiren işletmeler olduğu saptanmıştır.

Tablo 8 incelendiğinde, “Çalışanlar” teması altında işletme paydaşlarından biri olan çalışanların şartlarını iyileştirmeye yönelik gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği görülmektedir. Analize dâhil edilen marka değeri en yüksek on konaklama işletmesinin ortak olarak katılım gösterdiği faaliyetlerin “Adil ve Eşit Fırsatlar, Mesleki Gelişime Destek, Çalışan Çeşitliliği, Çalışan Sağlığı” olduğu gözlemlenmektedir. “Çalışan Çeşitliliği” kodu, işletmenin çalışanlarına dil, din, ırk, cinsiyet ve cinsel yönelim gibi konularda ayrımcılığa karşı olan tutumunun göstergesi olarak oluşturulmuştur. “Çalışanlar” teması altındaki “Mesleki Gelişime Destek” kodu bağlamında on işletmenin de faaliyette bulunduğu, “Kişisel Gelişime

Destek” koduna ise sadece Holiday Inn’ in katılım sağlamadığı dikkat çekmektedir. “Tazminat ve Ödüller” kodunun işletmeler tarafından en az faaliyet gerçekleştirilen alan olduğu saptanmıştır. Ayrıca Shangri-La Asia Hotels and Resorts dışındaki dokuz işletmenin çalışanları için oluşturdukları yardım programlarına kurumsal web sitelerinde yer verdikleri görülmektedir. “Çalışanlar” teması altındaki tüm kodlarla ilgili faaliyet bildiren işletmelerin Hilton Hotels Corporation ve Marriott International Inc.’nin sahibi olduğu işletmeler ile Hyatt olduğu gözlemlenmiştir.

“Etik Uygulamalar” teması, işletmelerin etik ilkeleri bağlamında paydaşlarına ve çevreye olan yaklaşımları ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini kapsamaktadır. Tema altında oluşturulan kodlar incelendiğinde, “Sorumlu Kaynak Kullanımı, Davranış Kodu, İnsan Hakları” kodlarına tüm işletmeler tarafından katılım sağlandığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda işletme tercihleriyle sürdürülebilir ürün kullanımının desteklendiği ve özellikle faaliyet alanlarında insan haklarına saygı ve özen gösterildiği görülmektedir. Buna karşın Wyndham Hotels and Resorts’un ve Ramada World wide Inc.’nin “Yerel Kaynak Kullanımı” kodu bağlamında faaliyet bildirmeyen işletmeler oldukları, geri kalan sekiz işletmenin ise faaliyet gösterdikleri bölgede üretilen mal ve hizmetlerden yararlandıkları gözlemlenmektedir. İnsan kaçakçılığı ve çocuk ticaretine karşı bir sosyal sorumluluk çabası bildirmeyen tek işletmenin Shangri-La Asia Hotels and Resorts olduğu dikkat çekmektedir. Tema içinde en az faaliyet belirtilen kodun ise “Hayvan Refahı” olduğu görülmektedir.

Oluşturulan tablodaki son tema olan “Sektör” teması altında ise işletmelerin hissedar, tedarikçi, misafir ile sektörel işbirlikleri incelenmiştir. İnceleme sonucunda Shangri-LaAsia, Wyndham Hotels and Resorts ve Ramada Worldwide Inc. dışındaki tüm işletmelerin, oluşturulan bütün kodlara katılım sağladığı görülmektedir. “Hissedar İlişkileri” kodu bağlamında kurumsal web sitesi üzerinden bilgi sunmayan işletmelerin Wyndham Hotels and Resorts’un ve bünyesinde faaliyet gösteren Ramada Worldwide Inc. olduğu gözlemlenmiştir. Analiz dâhilindeki işletmelerden dokuzunun çeşitli alanlarda sektör işbirliği gerçekleştirdiği, sadece Shangri-La Asia Hotels and Resorts’ un bu kodla ilgili faaliyetini belirtmediği dikkat çekmektedir.

Araştırmaya dahil edilen dünyada marka değeri en yüksek ilk onkonaklama işletmesinin kurumsal web siteleri incelendiğinde tüm işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili ayrı bir bölüm oluşturduğu görülmektedir. Bölümlerin içeriği tarafımızca incelenmiş ve uygun tema ile kodlar oluşturulmaya çalışılmıştır. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Toplum” ve “Çevre” temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin “Çevre” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği gözlemlenmiştir. Oluşturulan temalar altındaki 33 kod içinde en az sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodun ise “Sanata Destek” olduğu saptanmıştır. Analiz dahilindeki işletmelerin genel olarak birbirlerine yakın oranlarda faaliyetlerini bildirdikleri görülmektedir. Marka değeri en yüksek konaklama

işletmelerinin kurumsal web sitelerinin analizi bağlamında, en çok kurumsal sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmelerin Hilton Hotels Corporation ve Marriott International Inc. ile onların bünyelerinde çalışan konaklama işletme markaları olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un oluşturulan 33 kod içinden 26 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren işletme olduğu saptanmıştır.

### **5.1.2. BIST Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları**

Bu bölümde öncelikle analiz kapsamında olan ve BIST'te hisseleri işlem gören konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinin analizi sonucunda elde edilen bulgular her bir işletme temelinde alt başlıklar halinde sıralanmıştır. Daha sonra BIST konaklama işletmelerinin kurumsal web siteleri üzerinde içerik analizi ile genel bir değerlendirme yapılmıştır.

#### **5.1.2.1. Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği ayrı bir bölümün yer almadığı saptanmıştır. Bununla birlikte "Yatırımcı İlişkileri" başlığı altından erişilen "Kurumsal Yönetim" alt başlığında, işletmenin bağlı ve tazminat politikalarının açıklandığı gözlemlenmiştir. Yaşar Holding bünyesinde faaliyet gösteren Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin kurumsal web sitesinde bulunan "Yaşar Holding" başlığında, çevreye saygılı ürünlerin üretilmesi, tüketicinin korunması, istihdamın artırılması ve kültürel-sosyal sorumluluk bilinci ile hareket edilmesi gibi kurumsal sosyal sorumluluk alanına giren ifadeler bulunduğu görülmüştür. Kurumsal web sitesi üzerinden erişilen işletme vizyonu ve misyonu incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk içeren herhangi bir ifadenin olmadığı saptanmıştır. Buna karşın, "Altın Yunus Hakkında" başlığı altında, işletmenin yetiştirdiği ve istihdam ettiği çalışanlar bağlamında sektöre katkı sağladığı, tesis hizmetlerinde çevre odaklı bir yaklaşım benimsendiği ve misafir ihtiyaçlarının değerlendirildiği belirlenmiştir.

#### **5.1.2.2. Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, işletme tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği bir bölümün bulunmadığı gözlemlenmiştir. "Yatırımcı İlişkileri" başlığı altında işletmenin oluşturduğu ve uyum sağladığını belirttiği etik kurallar yer almaktadır. Etik kurallar

incelendiğinde, çalışanların mesleki ve bireysel gelişimi, ayrımcılık, sağlık ve güvenlik gibi sosyal sorumluluk alanına giren konularla ilgili bilgilerin yer aldığı saptanmıştır. Ayrıca “Şirket Politikaları” başlığında işletmenin bağış ve yardım politikası açıklanmıştır. Bağış politikasında, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ile toplumun refahına katkı sağlamak adına yardımlar yaptığı bildirilmiştir. Kurumsal web site üzerinden erişilen işletme vizyonu ve misyonu incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk alanlarını içeren bir ifadenin olmadığı saptanmıştır.

### **5.1.2.3. Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.’nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.’nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek için ayrı bir bölüm oluşturmadığı saptanmıştır. Bununla birlikte kurumsal web sitesinin ana sayfasında, Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.’nin yazılı basında çıkan iki tane haberi paylaşıldığı gözlemlenmiştir. Haberler incelendiğinde, işletme çalışanlarının konakladığı lojmanlara kurulan güneş panelleri ile elektrik üretimi gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. Yıllık tüketimin %18’inin yenilebilir enerji kaynaklarından elde edilmesi ve Mavi Bayrak Ödülü’nü almış olması işletmenin çevre konusunda sorumluluk çalışmaları yürüttüğünün göstergesi olarak kabul edilmektedir. Ancak kurumsal web sitesinin tamamı incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında başka bir bulguya ulaşılamamıştır. Ayrıca işletmenin kurumsal web sitesinde işletme misyonu ve vizyonu ile ilgili bilgiye de yer verilmediği gözlemlenmiştir.

### **5.1.2.4. Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.’nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.’nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk için ayrı bir bölümün oluşturulmadığı saptanmıştır. Ancak ana sayfada Koç Holding A.Ş. tarafından hazırlanmış olan “Etik Davranış Kuralları ve Uygulama Prensipleri” başlıklı bilgi kitapçığı incelendiğinde, “Sosyal Sorumluluk” bölümünün yer aldığı gözlemlenmiştir. İlgili bölümde ekonomik ve sosyal kalkınma için destek gösterme ve toplumun refahını iyileştirme için faaliyetler gerçekleştirme vurgusu dikkat çekmektedir. Kitapçıkta yer alan “Küresel Sorumluluk” bölümü altında ise Koç Topluluğunun çevre politikasının açıklandığı bir bağlantıya erişim sağlanabilmektedir. Ayrıca kitapçıkta paydaşlar ile ilişkilere ve özellikle çalışanlarla ilişkilere detaylı bir şekilde yer verildiği belirlenmiştir.

Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.’nin sahip olduğu iki tesisten biri olan Talya Oteli, Divan Turizm İşletmeleri tarafından yönetilmektedir. Talya Oteli’nin kendi kurumsal web sitesi bulunamamakla beraber, Divan Grubu’nun sitesine yönlendirildiği gözlemlenmiştir. Divan

Grubu'nun kurumsal web sitesinin ana sayfasında "Sosyal Sorumluluk" başlığı olduğu ve ayrıcaçişletme tarafından "Çevre Politikası" bilgi kitapçığı oluşturulduğu dikkat çekmektedir. "Sosyal Sorumluluk" başlığı altında Divan Grubu'nun sahibi olan Koç Topluluğu tarafından gerçekleştirilen eğitim, sağlık ve kültür alanlarındaki kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin paylaşıldığı saptanmıştır. Ayrıca 190 milyon ABD doları eğitime yönelik olmak üzere, ulusal refaha destek olmak için toplam 800 milyon ABD doları yatırım yapıldığı ifade edilmiştir. Yatırımın yanı sıra yeterli imkana sahip olmayan öğrencilerin Mesleki ve Teknik Liselere yönlendirilmesi ve teknoloji ile hizmet alanında staj eğitimi sağlanarak beceri kazanan birey sayısını artırmayı hedefleyen programaDivanGrubu'nunsponsor olması dikkat çekmektedir. Yine başarılı öğrencilere maddi destek ve istihdam sağlandığı gözlemlenmiştir.

Bunun dışında web sitesinde Koç Topluluğu'nun bir diğer projesi olan "Ülkem İçin" ile çevre, eğitim, sağlık, toplumsal kalkınma konularında tüm paydaşların katkılarıyla 2006 yılından bu yana faaliyetler gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Divan Grubu tarafından yayımlanan "Çevre Politikası" incelendiğinde ise, öncelikle işletmenin atık yönetiminin açıklandığı görülmüştür. Bu kapsamda atık miktarını azaltma, geri dönüşümünü sağlama ve tehlikeli atıkları yönetmeliğe uygun şekilde tesisten uzaklaştırma çabalarının yanı sıra çalışan, tedarikçi ve tasearonları çevre konusunda bilinçlendirmek, çevre yönetim sistemini devamlı geliştirmek, iş sağlığı ve güvenliği konusunda oluşabilecek acil durum risklerini azaltmak, tesis tasarımında çevresel etkilerini gözetmek gibi konulardaki faaliyetler dikkat çekmektedir. Divan Grubu'nun vizyon ve misyonu incelendiğinde, çalışan, misafir ve hissedar ilişkilerini iyileştirmeye yönelik ifadelerin yer aldığı ve sektör içinde büyüme vurgularının yapıldığı saptanmıştır.

#### **5.1.2.5. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin "Sosyal Sorumluluk" başlığı altında bildirildiği gözlemlenmiştir. Söz konusu başlık altında misafirlerin çevre yönetimine katkı sağlaması için çalışmalar yapıldığı ve işletme tarafından yerel halkın kalkınmasına destek sağlandığı belirtilmiştir. Bunun yanı sıra işletme hedefleri doğrultusunda sosyal sorumluluk alanında bazı uygulamaların yapıldığı bildirilmiştir. Sosyal sorumluluk bağlamında işletmenin tarihsel değerlere ve çevreye yönelik faaliyetler gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir. Bu kapsamda işletmenin, Olympos, Faselis ve Demre ören yerlerine tanıtım ve yönlendirme tabelalarının yapılması ve denizdeki gemi atıklarının temizlenmesi gibi sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirdiği görülmüştür. Ayrıca başlık altından Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'ye ait çevre politikası, insan hakları, işgücü ilkeleri ve yolsuzlukla mücadele gibi alanlarda yapılan açıklamalara erişim sağlanabildiği saptanmıştır.

İşletmenin çevre politikası incelendiğinde; enerji verimliliğini koruma, geri dönüşüm ve atık yönetimi konularında çalışmalar gerçekleştirildiği ve çevre bağlamında işletmenin altı ödüle sahip olduğu gözlemlenmiştir. Yine tesislerde artık kullanılmayan bazı mobilya ve döşeme malzemelerinin kuruluşlara bağışlandığı belirtilmiştir. Çalışanlar ve misafirlerde çevre bilincinin geliştirilmesi için eğitim fırsatları sunulduğu ve tedarikçi ilişkilerinde çevre faktörünün etkili olduğu belirtilmiştir. İşletmenin insan hakları bağlamında, ayrımcılığa karşı tutumunu bildirdiği ve çalışan ilişkilerinde eşit fırsat, iş sağlığı ve güvenliği, motivasyon gibi alanlarda gerçekleştirdiği faaliyetleri açıkladığı gözlemlenmiştir. İşgücü ilkelerine yönelik açıklamalar incelendiğinde, işletmenin cinsiyet eşitliğini savunduğu ve bu doğrultuda Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin yönetim kurulundaki kadın üye oranı, bağımsız kadın üye oranı ile yönetim kurullarında başkan ve başkan yardımcısı olarak kadın oranına göre hesaplanan endekste BIST işletmeleri arasında ikinci sırada yer aldığı bildirilmiştir. İşletmenin Filipinli, Alman, Hırvat, Endonezyalı, Polonyalı, Rus ve Arap milliyetinden insanlara istihdam sağladığı ve bu bağlamda çalışan çeşitliliğine önem verildiği vurgulanmıştır. Ek olarak kurumsal web sitesinde yer alan "Kurumsal Yönetim" başlığı altında bağış politikasının açıklandığı gözlemlenmiştir. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin kurumsal web sitesinden erişilen işletme vizyon ve misyonu incelendiğinde, işletme misyonunda belirtilen; ülkenin doğal, tarihi ve kültürel mirası koruma odaklı yaklaşım sosyal sorumluluk bağlamında dikkat çekmektedir.

#### **5.1.2.6. Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sitenin ana sayfasında bildirildiği ayrı bir bölümün oluşturulmadığı görülmektedir. Ana sayfada yer alan "Hakkımızda" başlıklı bölümde misafir, yatırımcı ve sektör ilişkileri bağlamında ifadelerin bulunduğu tespit edilmekle birlikte, işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen misyon ve vizyon ifadeleri incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk ifadelerini barındıran herhangi bir bulgunun olmadığı gözlemlenmiştir.

#### **5.1.2.7. Petrokent Turizm A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Petrokent Turizm A.Ş.'nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, işletme tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin paylaşıldığı bir bölümün oluşturulmadığı gözlemlenmiştir. "Kurumsal" başlığı altında yer alan "İnsan Kaynakları" bölümünde işletmenin çalışanlarına yönelik kariyer yönetimi, eğitim desteği, ücretlendirme ve

sosyal yardımlar gibi olanaklar sağladığı belirtilmiştir. İşletmenin kurumsal web sitesinde misyon ve vizyon ifadelerinin de yer almadığı saptanmıştır.

#### **5.1.2.8. Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirilmediği gözlemlenmiştir. "Club Zigana Hakkında" başlığı altında işletmenin doğal kaynaklara zarar vermeden faaliyetlerine devam ettiği, yerel geleneklere olan bağlılığın vurgulandığı ve misafir ilişkilerine verilen önemin anlatıldığı ifadeler dikkat çekmektedir. Buna karşın, işletmenin kurumsal web sitesinde misyon ve vizyon ifadelerinin yer almadığı tespit edilmiştir.

#### **5.1.2.9. Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, işletme tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği ayrı bir bölümün bulunmadığı gözlemlenmiştir. "Hakkımızda" başlığı altında yer alan işletme misyon ve vizyonu incelendiğinde, misafir memnuniyeti ve çalışan motivasyonuna yönelik ifadelerin yer aldığı belirlenmiştir. "Kalite Politikamız" başlığı altında ekonomiye sağlanan katkı bağlamında ulusal refahı artırmaya yönelik faaliyetler gerçekleştirildiği ve toplum ile çevreye karşı sorumluluk yaklaşımının önemsendiği belirtilmiştir. Ayrıca "Kurumsal Yönetim" başlığı altında işletmenin bağış ve yardım politikası, ücretlendirme politikası ile etik kuralların sunulduğu saptanmıştır. Bağış ve yardım politikası incelendiğinde, belediyelere ve köylere, afet bölgelerine, derneklere, sivil toplum kuruluşlarına, yerel spor kulüplerine, üniversitelere, kültür, sanat, çevre, eğitim gibi konularda faaliyet gösteren kurumlara bağışta bulunulabileceği ifade edilmiştir. Ancak herhangi bir kuruma yapılan bir bağışın kurumsal web sitesi üzerinden bildirilmediği gözlemlenmiştir.

İşletmenin ücretlendirme politikası incelendiğinde çalışan ücretlerin eşit ve adil şekilde düzenlendiği, ödüllendirme sistemiyle çalışan motivasyonunu yükseltmeyi hedeflediği saptanmıştır. İşletme tarafından oluşturulan etik kurallar incelendiğinde, "Sosyal Sorumluluk" alt başlığına yer verildiği görülmüştür. Başlıkta çevrenin korunması, tüketici hakları ve kamu sağlığı gibi konularda işletmenin kurallar çerçevesinde hareket ettiği belirtilmiştir. Etik kurallar genel olarak incelendiğinde, yolsuzlukla mücadele, işletmenin güvenilirliği, çalışan ve hissedarlara karşı sorumluluklar gibi alanlarda bilgilendirme sağlandığı gözlemlenmiştir.

### **5.1.2.10. Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.’nin Kurumsal Web Sitesinin Analizi**

Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.’nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, “Projeler” ana başlığı altında yer alan “Sosyal Sorumluluk Projeleri” alt başlığı ile işletmenin eğitim alanında gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer verildiği görülmüştür. Başlık altında işletme tarafından inşa edilen ve Milli Eğitim Bakanlığı’na bağışlanan bir ilköğretim okulu ile ilgili bilgi bulunmaktadır. İşletmenin vizyon ve misyon ifadeleri incelendiğinde, çevre ve iş sağlığı alanında uluslararası bağlamda kabul görmüş belgelere sahip olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca çalışanların mesleki gelişimi için eğitim fırsatları sunulduğu belirtildiği saptanmıştır. “Yatırımcı İlişkileri” başlığı altında yer alan “Şirket Politikaları” bölümünde işletmeye ait bağış ve yardım politikasının açıklandığı saptanmıştır. Politikada, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı ile uyum gösteren ve kültürel, sosyal, eğitime yönelik alanlarda faaliyetlerde bulunan kurum ve kuruluşlara bağış ve yardım yapılabileceği bildirilmiştir.

### **5.1.2.11. BIST Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Genel Değerlendirmesi**

Analize dahil edilen BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini kurumsal web sitelerinde bildirme sıklığına göre tarafımızca belirlenen kodlardan temalar tanımlanmıştır. Belirlenen beş tema altındaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, BIST konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerindeki varlığı ya da yokluğu Tablo 9’deki işaretlemelerle sunulmaktadır.

Tabloda; A: Enerji tasarrufunu, B: Su tasarrufunu, C: Atık yönetimini, Ç: Geri Dönüşümü, D: İklim değişikliğini, E: Emisyon azaltmayı, F: Çevre dostu tesisleri, G: Kültürel mirası korumayı, H: Eğitime desteği, I: İşsizlikle mücadeleyi, İ: Ulusal refaha desteği, J: Yerel refaha desteği, K: Sanata desteği, L: Doğal afetle mücadeleyi, M: Vakıfları, N: Bağışları, O: Adil ve eşit fırsatları, Ö: Mesleki gelişime desteği, P: Kişisel gelişime desteği, R: Tazminat ve ödülleri, S: Çalışan yardım programını, Ş: Çalışan çeşitliliğini, T: Çalışan sağlığını, U: Sorumlu kaynak kullanımını, Ü: Yerel kaynak kullanımını, V: Davranış kodunu, Y: İnsan haklarını, Z: Kaçakçılıkla mücadeleyi, W: Hayvan refahını, Q: Hissedar ilişkilerini, X: Tedarikçi ilişkilerini, α: Misafir ilişkilerini, β: Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı



hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini ifade etmektedir.



**Tablo 9.** BIST Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Web Sitelerinin Analiz Bulguları

BIST Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE								TOPLUM								ÇALIŞANLAR								ETİK UYG.							SEKTÖR				%
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	W	Q	X	α	β	100		
1.Altinyunus Çeşme										+						+																	+			9.09
2.Avrasya																+	+	+	+			+	+									+	+		24.24	
3.Kuştur Kuşadası	+																															+	+	+	12.12	
4.Marmaris Altinyunus			+	+					+	+	+						+	+	+	+	+					+		+			+	+	+	+	48.48	
5.Martı Otel	+	+	+	+		+		+								+	+	+	+	+		+	+				+				+	+	+	+	54.54	
6.Merit																																+		+	+	9.09
7.Petrokent									+									+	+	+	+											+			18.18	
8.Tek-art																																+		+		6.06
9.Ulaşlar											+			+		+	+		+			+									+		+	+	27.27	
10.Ütopya									+							+		+					+								+		+	+	21.21	

Analiz dâhilindeki BIST konaklama işletmelerin kurumsal web siteleri incelendiğinde, Martı Otel İşletmeleri A.Ş. ve Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.’ninde kalan sekiz BIST konaklama işletmesinin web sitelerinde, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek için ayrı bir bölümün oluşturulmadığı gözlemlenmiştir. Bu sebeple, işletmelerin kurumsal web siteleri içinde oluşturulan tüm bölümler incelenmiş ve kurumsal sosyal sorumluluk alanı içine giren bulgular, oluşturulan tema ve kodlar altında belirtmeye çalışılmıştır.

Tablo 9 incelendiğinde, BIST konaklama işletmelerinin, “Çevre” teması altında oluşturulan kodlara yoğun bir katılım sağlamadıkları gözlemlenmektedir. İşletmelerin etkinlikte buldukları çevreye verilen zararı azaltma ve çevresel sürdürülebilirliği sağlama adına gerçekleştirdikleri faaliyetleri bildirmemesi dikkat çekmektedir. Analiz kapsamındaki on adet BIST konaklama işletmesinden sadece üç tanesinin “Çevre” teması altında faaliyetlerini bildirdiği görülmektedir. Tema altında oluşturulan 8 kod içinden 6 tanesi ile ilgili sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiğini belirten Martı Otel İşletmeleri A.Ş.’nin, analiz dâhilindeki BIST konaklama işletmeleri içinde çevre bağlamında en çok faaliyet gerçekleştiren işletme olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte “Enerji Tasarrufu”, “Atık Yönetimi” ve “Geri Dönüşüm” kodlarının, diğer kodlara göre daha çok kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen alanlar olduğu gözlemlenmektedir. Buna karşın “Çevre” teması altındaki kodlardan “İklim Değişikliği” ve “Çevre Dostu Tesisler” kodları ile ilgili hiçbir BIST konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetini bildirmemesi dikkat çekmektedir.

“Toplum” teması incelendiğinde, BIST konaklama işletmelerinin genelde hayırseverlikle ilgili faaliyetler gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Bu doğrultuda “Bağış” kodunun en sık katılım gören kod olduğu görülmüştür. BIST konaklama işletmelerinin web sitelerinde “Yerel Refaha Destek”, “Sanata Destek” ve “Vakıf” kodları ile ilgili bir faaliyette bulunmadıkları gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmeleri tarafından sosyal yardım amacıyla kurulmuş olan bir vakfın bulunmadığı da tespit edilmiştir. “Toplum” teması altındaki sorumluluk faaliyetlerini diğer işletmelere göre daha sık gerçekleştiren işletmelerin ise Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.ve Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş. olduğusaptanmıştır. Buna karşın; Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş., Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş. ve Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.’nin tema altındaki sorumluluk faaliyetlerinden hiçbirine katılım sağlamamaları dikkat çekmektedir. “Eğitime Destek”, “İşsizlikle Mücadele” ve “Ulusal Refaha Destek” kodlarının ise işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmeyi tercih ettiği diğer alanlar olarak belirlenmiştir.

Tablo 9 incelendiğinde, “Çalışanlar” temasının en çok kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirilen tema olduğu görülmektedir. Tema altında oluşturulan “Mesleki

Gelişime Destek” kodunun en sık faaliyet gösterilen alan olduğu, buna karşın “Çalışan Yardım Programı” ve “Çalışan Çeşitliliği” kodları ile ilgili faaliyetlerin ise az sayıda işletme tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.’nin “Çalışanlar” teması altında en sık faaliyet gösteren işletme olduğu saptanmıştır. Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş., Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş., Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş. ve Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.’nin ise tema altında oluşturulan kodlar bağlamında hiçbir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirmemesi dikkat çekmektedir.

Oluşturulan tabloda yer alan “Etik Uygulamalar” teması altındaki kodların, BIST konaklama işletmeleri tarafından en az bilgi verilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu görülmektedir. Analize dahil on adet BIST konaklama işletmesi içinden sadece iki tanesinin ilgili tema altında faaliyet gösterdiği saptanmıştır. Her iki işletmenin de kurumsal web sitesi üzerinden “İnsan Hakları” kodu bağlamında yaklaşımlarını bildirdikleri tespit edilmiştir. Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.’nin “Hayvan Refahı” kodu altında gerçekleştirdiği faaliyeti belirten tek BIST konaklama işletmesi olduğu ve tema altında en çok bilgi sunan işletme olduğu saptanmıştır.

Tablo 9 incelendiğinde, “Sektör” teması altında BIST konaklama işletmelerinin, paydaş ilişkileri bağlamında oluşturulan kodlara sıklıkla katılım sağladığı görülmektedir. “Hissedar İlişkileri” ve “Misafir İlişkileri” kodlarının en çok bilgi verilen kodlar olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda BIST konaklama işletmelerinin hissedar ve misafirlere olan yaklaşımında özen gösterdiği düşünülmektedir. Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş., Martı Otel İşletmeleri A.Ş. ve Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.’nin “Tedarikçi İlişkileri” kodu ile ilgili tutum ve faaliyetlerini belirttiği ancak geri kalan yedi işletmenin bu alanda bilgi paylaşımı yapmadığı saptanmıştır.

Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş. ile Martı Otel İşletmeleri A.Ş.’nin oluşturulan tüm kodlara katılım gösterdiği görülürken, Petrokent Turizm A.Ş. ve Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin birer kodla ilgili faaliyetlerini belirttiği ve söz konusu tema altındaki en az katılım sağlayan işletmeler olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 9 genel olarak incelendiğinde, “Çalışanlar” ve “Sektör” temalarının BIST konaklama işletmelerinin en sık tercih edilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu saptanmıştır. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Toplum” ve “Çevre” temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin “Toplum” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği gözlemlenmiştir. Oluşturulan temalar altındaki 33 kod içinde en çok sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodların “Hissedar İlişkileri” ve “Misafir İlişkileri” olduğu görülmüştür. BIST konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinin analizi bağlamında, analiz dahil edilen işletmelerin genel olarak birbirlerinden farklı oranlarda faaliyetlerini bildirdikleri gözlemlenmiştir. Bununla beraber kurumsal web sitesinde en çok kurumsal sosyal sorumluluk

ifadesine yer veren işletmenin Martı Otel İşletmeleri A.Ş. olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin oluşturulan 33 kod içinden 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren konaklama işletmesi olduğu saptanmıştır.

## **5.2. Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Analiz Bulguları**

Konaklama alt sektörü, sosyal medya kullanımında etkin olan öncü sektörlerden biri olarak görülmektedir. Bunun sebebi konaklama alt sektöründe faaliyet gösteren işletme yöneticilerinin, tüketicilerin sosyal medyaya olan ilgisini ve sosyal medyanın işletmeye getirilerinin farkına varmış olmasıdır. Bilimsel literatür de bu doğrultuda hızlı bir şekilde gelişim göstermektedir. TripAdvisor turistlerin istek ve ihtiyaçlarına turistlerin ağızından cevap veren bir iletişim aracı olarak kurulmuşken, Twitter ve Facebook turizm endüstrisindeki işletmelerin gerçekleştirdikleri faaliyetleri tüketicilere iletmesi için daha uygun sosyal medya uygulamaları olarak kullanılmaktadır (Mora ve Rita, 2018:258).

Araştırmanın amaçları doğrultusunda analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinin kurumsal Twitter ve Facebook hesaplarından 01-01-2016 ile 31.12.2017 yılları arasında paylaşılan 2 yıllık gönderiler incelenmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen bulgular, aşağıda öncelikle marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin ve sonrasında BIST konaklama işletmelerinin özelinde ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

### **5.2.1. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Analiz Bulguları**

Bu bölümde sırasıyla analiz kapsamında olan dünyada marka değeri en yüksek ilk on konaklama işletmesinin sosyal medya hesaplarının analizi sonucunda elde edilen bulgular işletme bazında alt başlıklar halinde sıralanmaktadır.

#### **5.2.1.1. Hilton Hotels Corporation'ın Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Hilton Hotels Corporation'ın hem Facebook hem Twitter hesaplarında, kurumsal web sitelerinde yer verdikleri benzer içeriklerin paylaşıldığı ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bu platformlar üzerinden tüketicilere iletildiği gözlemlenmiştir. İşletmenin Facebook hesabı üzerinden daha sık paylaşım yapıyor olması dikkat çekmektedir. Bunun yanı

sıra hesaplar aracılığı ile özel günlerin kutlandığı ve işletme tanıtımlarının yapıldığı da saptanmıştır.

Hilton Hotels Corporation'ın Facebook uygulaması üzerinden paylaştığı gönderiler ayrıntılı incelendiğinde, işletmenin sıklıkla yardıma ihtiyacı olan çocuk ve genç bireylerin eğitimlerine destek olabilmek için gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin paylaşıldığı gözlemlenmiştir. Konaklama işletmeciliği, yiyecek içecek, kat hizmetleri ve karşılama bölümlerinde eğitim gören öğrencilerin otellerde misafir edilerek saha deneyimi imkanı sunulduğu saptanmıştır. Bununla birlikte açtıkları mesleki eğitim kurslarının, uluslararası gençlik kuruluşları ile akademik gelişim bursları veren kampanyalara yapılan desteklerin paylaşıldığı dikkat çekmektedir. Genç bireylere ve gazilere sunulan istihdam ve kariyer gelişimi fırsatlarını içeren gönderiler yer almaktadır. Ayrıca çalışan eşitliğinin savunulduğu ve bu bağlamda cinsiyet ödeme eşitliğinin sağlanması için imzalanan bildirinin hesap üzerinden paylaşıldığı belirlenmiştir.

Çalışanlar için hazırlanan ebeveyn izin politikaları, hamile çalışanların faydalanabileceği ücretli izin programları, çalışanların evlat edinmeleri için yardımlar gibi faaliyetlerin gerçekleştirildiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte işletmenin çalışan çeşitliliğine saygı, en iyi işveren gibi kategorilerde alınan ödüllerin Facebook hesapları aracılığı ile duyurduğu dikkat çekmektedir.

Çevresel bağlamda enerji ve su kullanımı ile atık miktarının azaltılması için geliştirilen platformun tanıtımı, sürdürülebilir deniz ürünleri kullanımı için yapılan işbirlikleri paylaşılmaktadır. Sürdürülebilir gıdanın teşviği adına kurulan laboratuvar, nesli tükenmekte olan deniz hayvanlarının ve evcil hayvanların korunması için gerçekleştirilen çalışmaların bildirildiği, en büyük küresel çevre hareketlerinden olan Dünya Saati uygulamasını desteklediği gözlemlenmektedir.

Toplum ile ilişkilerin iyileştirilmesi için düzenlenen yarışmalar, çalışanların gönüllü olarak gerçekleştirdikleri yardım faaliyetleri, Tennessee'de yaşanan doğal afet sonrasında yapılan çalışmaların işletmenin Facebook hesabı üzerinden paylaşıldığı görülmektedir.

İşletmenin Twitter uygulaması üzerinden paylaştığı gönderiler incelendiğinde, eskiyen otel yataklarının ve kullanılan sabunların geri dönüşümü için gerçekleştirilen girişimlerin duyurulduğu dikkat çekmektedir. Altıyüz bin ton atığın geri dönüştürülmesi ile bir milyon sabun bağışının yapıldığı vurgusu yapılmaktadır. Gazilere istihdam fırsatı sunulduğu, gazi ailelerine destek programlarının oluşturulduğu, öğrencilere kariyer fırsatları sunulduğu, çeşitli yardım kuruluşlarına bir buçuk milyon dolar bağış yapıldığı, yirmi bin kişiye iş imkanı sağlandığı belirtilmektedir. Otellerde kullanılan enerji, su ve atık miktarlarının azaltıldığı, temiz su kampanyasına destek olunduğu, bisiklet yolu yapımında rol oynandığı ve çevreyi korumak için bin beş yüzden fazla proje üretildiği bildirilmiştir. Başta ulaşım sektörü olmak üzere sektörel iş

birliklerine vurgu yapılmıştır. Yapılan paylaşımlarda kadın çalışanların ve girişimcilerin desteklendiği, başarılı işletme çalışanların ödüllendirildiği görülmektedir. Ayrıca yayımlanan kurumsal sorumluluk raporunun ve alınan ödüllerin duyurularında söz konusu sosyal medya hesabının kullanıldığı gözlemlenmiştir.

### **5.2.1.2. Marriott International Inc'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Marriott International Inc'nin hem Facebook, hem Twitter hesapları üzerinden, kurumsal web sitelerinde yer verdikleri benzer kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirdiği, hesaplar aracılığı ile özel günlerin kutlandığı, ayrıca tesislerin tanıtımının yapıldığı görülmüştür.

Marriott International Inc'nin kurumsal Facebook hesabı üzerinden yapılan gönderiler ayrıntılı incelendiğinde, işletmenin özellikle kadın yöneticilerin, gençlerin ve engelli bireylerin iş hayatlarının desteklendiği ve bu bağlamda gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği gözlemlenmiştir. İşletmenin, gazi ailelerine destek oluşturmak için yardım etkinlikleri düzenlemesi, Hurvey Kasırgası'nda oluşan hasardan etkilenen insanlara el uzatması, ilkokul çocukları için yemek kitleri, çocuk ve aile merkezleri için kişisel bakım kitleri hazırlaması, evsiz LGBTQ gençlere yardım edebilmek için bir toplum merkezine bağışta bulunması gibi sorumluluk haberlerine ilgili sosyal medya hesabında yer verdiği saptanmıştır. Bununla birlikte işletme, oluşturduğu sürdürülebilirlik ve sosyal etki platformunun tanıtımını hesap aracılığı ile yapmaktadır.

Marriott International Inc., her iki yılda da yerel toplumun refahını artırmak için gerçekleştirdiği çalışmalarında Facebook hesabından paylaşmaktadır. Bu bağlamda işletme çalışanları tarafından (çeşitli okullarda oyun alanı yapımı, bahçe güzelleştirme, araştırma hastanelerindeki çocuklara hediye dağıtmak, gelen mültecilere yastık bağışı yapmak, yerel evsiz sığınaklarını ziyaret etmek, vb.) gönüllü gerçekleştirilen sorumluluk aktiviteleri dikkat çekmektedir. Turizm sektöründeki fırsatlar ile ilgili yerel girişimcilerle görüşüldüğü ve sektörün gelişimi için çalışmalar yürütüldüğü vurgusu yapılmaktadır. Gönderilerde, farklı otellerden çalışanların katılımı ile oluşan konseyin etkinlikleri sayesinde yardıma muhtaç kimselere Noel yemeği verildiği, çevre koruma için projelerin oluşturulduğu ve turizmde istihdamın oluşması için çalışmalar yürütüldüğü haberlerine yer verilmektedir.

İşletmenin Twitter uygulaması üzerinden paylaştığı gönderiler incelendiğinde, toplum refahını artırmak, çalışan şartlarını iyileştirmek, insan hakları ihlali ile mücadele etmek, paydaşlara sunulan eğitim fırsatları, kadın girişimcilere verilen destekler, engelli bireylere istihdam yaratma, öğrencilere yardım bursları sağlama gibi alanlarda gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği gözlemlenmiştir. Bunların yanı sıra, otellerde kullanılan su

kullanımı, karbon ve atık oranlarının uygulama üzerinden paylaşılması dikkat çekmektedir. Sürdürülebilir ve yenilenebilir enerji üretimine sahip bir köyün oluşturulması için destek sağlandığı, çevresel gelişimin sağlanması için ağaç dikimi etkinlikleri düzenlendiği, güneş panellerini kullanarak enerji tasarrufunu sağlandığı gözlemlenmiştir. Çevresel alanda bildirilen diğer sosyal sorumluluk faaliyetleri incelendiğinde; Amazon Ormanlarının korunmasına yönelik çalışmaların sürdürülmesi, elektrikli araçlar için sarj istasyonlarının kurulması ve sürdürülebilir otel tesislerinin inşası için çalışmaların gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Matheww Kasırgası'ndan etkilenenlere yardım etmek amacıyla bağış linkinin oluşturulması, Porto Riko'da yaşayan yardıma muhtaç insanlara gıda yardımı yapılması, gazi ve şehit ailelerine ücretsiz konaklama imkanları sunulması, yerel tedarikçilerle kurulan işbirlikleri, Afrika'da yaşayan kadınlara eğitim ve istihdam fırsatları oluşturulması, çocuk hastanelerine 3.4 milyar dolar bağış yapılması, yerel lise öğrencilerine staj olanakları sunulması, deniz hayvanlarının korunması bildirilen diğer kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları arasında yer almaktadır. Bunlarla birlikte, çalışan ve yöneticilerin gönüllü olarak gerçekleştirdikleri faaliyetler ile ilgili görsellerin paylaşıldığı saptanmıştır. İşletme çalışan çeşitliliğinin sıkça vurgulandığı, çalışanlarının sağlığı için aktiviteler ve stres seviyelerini azaltmak için terapiler düzenlendiği belirtilmiştir.

### **5.2.1.3. HYATT Hotels Corporation'ın Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

İşletmenin kurumsal Facebook ve Twitter hesapları üzerinden, kurumsal web sitelerinde yer verdikleri benzer kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirdiği ayrıca işletmenin kazandığı ödüllerin sıklıkla hesaplar aracılığıyla paylaşıldığı ve otel tanıtımlarının yapıldığı saptanmıştır.

HYATT Hotels Corporation'ın kurumsal Facebook hesabı üzerinden 2016-2017 yıllarında paylaşılan gönderiler ayrıntılı incelendiğinde, Kilimanjaro'da bulunan okulların eksikliklerini gidermek için yapılan yardımlar, Kathmandu'da yaşayan genç kızların gelişimine destek olmak için düzenlenen etkinlikler, çocuk esirgeme kurumlarının iyileştirilmesi için verilen hizmetler gibi sosyal sorumluluk faaliyetlerinin gerçekleştirildiği gözlemlenmiştir. İşletme, faaliyet gösterdiği bölgelerdeki yerel halkın kalkınması için birçok faaliyette bulunduğunu Facebook hesap aracılığıyla bildirmektedir. Bu kapsamda kurduğu işbirlikleri ile çocuklara giyisi yardımı, çevrenin korunması ve gelişmesi için ağaç dikimi etkinlikleri işletme çalışanlarının gönüllü olarak gerçekleştirdikleri hizmetler arasında yer almaktadır. İşletme yönetiminin, kurduğu bir ortaklık sayesinde Meals on Wheels (Gezici Yemekler) programı aracılığıyla yaşlı ve ihtiyaç sahibi insanlara otuz binin üzerinde sağlıklı besin desteği sağlandığı belirtilmiştir. Bir grup lise öğrencisini başka bir ülkedeki ilkökul öğrencileri ile buluşturan etkinlikle, kültürler arası etkileşim hareketlerini desteklediklerini göstermişlerdir. Çıkan bir yangında evini kaybeden aile



için yardım toplanmış ve çocukların okul ihtiyaçları ve diğer temel ihtiyaçları giderilmiştir. Bunların yanı sıra, kar gütmeyen yardım kuruluşlarına üç yüz elli bin dolar bağışta bulunduğu belirtilmiştir. İşletmenin yayımladığı ana teması çeşitlilik ve eşitlik olan kurumsal sosyal sorumluluk raporunun haberini, Facebook hesabı üzerinden iletildiği gözlemlenmiştir.

HYATT Hotels Corporation'ın kurumsal Twitter hesabı incelendiğinde, Martin Luther King Günü için yapılan yardım kampanyası, Chicago'da bulunan kütüphane için verilen destek, Kathmandu'da yaşayan genç kızlara eğitim fırsatları sunmak için yapılan girişimler gibi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri dikkat çekmektedir. Ayrıca çalışanların, Harvey Kasırgısı mağdurlarına gıda desteği için yaptığı hazırlıklar ve küresel hizmet ayında toplumu iyileştirmek için gönüllü olarak gerçekleştirdikleri faaliyetler bildirilmiştir. Paylaşılan gönderiler üzerinden, yeşil otelcilik programının işletme tarafından desteklendiği, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı ile ilgili çalışmaların gerçekleştirildiği, müşterilerin tükettiği kişibaşı su miktarını azaltmak için projeler yürütüldüğü gözlemlenmiştir. Yine iklim değişikliğine dikkat çekmek amacıyla yapılan Dünya Saati uygulamasına katılım sağlandığı belirtilmiştir. Dünya üzerinde farklı bölgelere toplam 9 ton gıda yardımı yapıldığı, kanser hastalarının tedavisi için yardım toplanan kampanyaların haberlerinin paylaşıldığı ve bazı işletmelerce bölgelerdeki hayvanların sahiplenildiği saptanmıştır.

#### **5.2.1.4. Holiday Inn'in Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Holiday Inn'in kurumsal Facebook hesabı üzerinden paylaşılan gönderiler incelendiğinde, işletmenin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini, sosyal medya hesabı üzerinden bildirmedeği saptanmıştır. İşletmenin söz konusu hesabında, Holiday Inn'in kurucularından biri olduğu maratonla ilgili haberlere yer verdiği, işletme tanıtımının yapıldığı, özel günlerin kutlandığı gönderiler saptanmıştır. İşletmenin Twitter hesabından paylaşılan gönderiler incelendiğinde, sıklıkla farklı bölgelerdeki Holiday Inn otellerinin sabit ve hareketli görsellerine yer verildiği, kutlama mesajları yayımlandığı ve maraton ile ilgili bilgilendirme yapıldığı gözlemlenmiştir. Bunların yanı sıra, gazi ve şehitlere yardımda bulunan bir işletme ile iletişime geçilerek yardım yapıldığı bildirilmiştir. Ayrıca Harvey ve Irma Kasırgaları'ndan etkilenen bölgelerdeki otellerde, evcil hayvanların konaklaması için alınan ücretlerin talep edilmeyeceği ifade edilmiştir. Holiday Inn'in, 2016-2017 yılları arasında Twitter hesabını daha etkin kullandığı, bununla birlikte Facebook ile benzer içerikler paylaştığı dikkat çekmektedir. İşletmenin sosyal medya hesaplarını kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmekten çok, reklam amacı ile kullandıkları gözlemlenmiştir.

### **5.2.1.5. Courtyard by Marriott'ın Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Courtyard by Marriott'ın kurumsal Facebook hesabı üzerinden 2016-2017 yıllarında paylaşılan gönderiler incelendiğinde, işletme tarafından sanat ve spor alanında gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri dikkat çekmektedir. Bu kapsamda Amerikan futbolu ligine destek ile ilgili paylaşımlara yer verildiği ve bir filme sponsor olarak sanata verilen desteklerin belirtildiği gözlemlenmiştir. Yine kasırga sırasında maddi zarara uğrayan kişilere yardım sağlandığı bildirilmiştir. Ayrıca Dünya Saati uygulamasına dikkat çekmek adına yaptıkları bir paylaşımında, uygulamaya olan desteklerini çikolatadan yapılmış eriyen bir dev dünya ile göstermişlerdir.

İşletmenin Twitter hesabı üzerinden yapılan paylaşımlar incelendiğinde, 2016 yılına ait gönderilerde alınan ödüller, özel gün kutlamaları ve tanıtım görsellerinin yer aldığı saptanmıştır. 2017 yılında ise iklim değişikliğine dikkat çekmek için yapılan faaliyetler, gençlerin eğitimlerini desteklemek için düzenlenen organizasyonlar ve Matthew Kasırgası'ndan etkilenen insanlar için gerçekleştirilen yardımların bildirildiği tespit edilmiştir. İşletmenin, analiz dahilindeki diğer marka değeri en yüksek konaklama işletmelerine göre sosyal medya hesaplarında daha az sıklıkla otel tanıtımı yapmış olması dikkat çekmektedir.

### **5.2.1.6. Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini iletmede, Twitter hesabını Facebook hesabına göre daha yoğun bir biçimde kullandığı gözlemlenmiştir. Twitter hesabında bu tür faaliyetlerin yanı sıra işletme tanıtımı, alınan ödüllerin haberleri ve tesislerin görselleri gibi paylaşımların yapıldığı da tespit edilmiştir. Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un kurumsal Facebook hesabı ayrıntılı olarak incelendiğinde, işletme tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bağlamında herhangi bir paylaşımın yapılmadığı görülmüştür. İşletme, kurumsal Facebook hesabında farklı ülkelerde faaliyet gösteren tesislerinin görsellerine yer vermekte ve hesabı tesislerinin tanıtımını yapmak için bir araç olarak kullanmaktadır.

İşletmenin Twitter hesabı üzerinden paylaşılan gönderiler incelendiğinde, doğada yaşayan canlıların sürdürülebilirliğine katkı sağlamak için faaliyetler gerçekleştirildiği dikkat çekmektedir. Bu bağlamda deniz yaşamının korunması için balık evleri ve mercan ekimi yapma etkinlikleri, okyanus temizliği için gönüllü katılımın sağlandığı faaliyetler, soyu tükenmekte olan kaplumbağalar için yardım programı, rehber köpekler vakfına bağış yapmak için kurabiye satışı gibi organizasyonların gerçekleştirildiği saptanmıştır. Yine kanser ve diyabet hastalığı ile mücadele için çalışanların gönüllü katılım gösterdiği etkinliklerin haberlerine yer verilmiştir.

Ayrıca yerel ve sürdürülebilir kaynak kullanımı, yerel çocuk bakım evlerine bağış toplamak için düzenlenen festivaller, otizm ve öğrenme engelli çocuklara yardım eden bir hayır kurumu ile yapılan işbirliği, yerel bir meyve bahçesinden ürün tedariki için yapılan işbirliği, çocuk hastaneleri ile yerel okulun yeniden inşası için yapılan yardımlar işletmenin toplumun refahı için gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projeleri olarak sunulmuştur. Ayrıca yoksul öğrencilere destek veren bir okul için sanat sınıfı yapımında görev alındığı bildirilmiştir. Engelli bireyler için düzenlenen bir iş fuarına ev sahipliği yaptığı ve çalışan çeşitliliğine vurgu yapıldığı gözlemlenmiştir. Çevre dostu limuzin ve bambu bisiklet kiralama hizmeti, gönüllü çöp toplama etkinlikleri, Dünya Saati uygulamasına katılım gösterme, doğal çevrenin korunmasına ilişkin eğitimi teşvik etmek için eko-merkez kurma hedefi gibi faaliyetler dikkat çeken diğer kurumsal sosyal sorumluluk etkinlikleri olarak saptanmıştır. İşletme bir gönderisinde, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bu yol ile tüketicilere duyurmanın, onların ilgisini çekmek ve tüketici davranışlarını değiştirmek için anahtar bir rol üstlendiğini ifade etmiştir.

#### **5.2.1.7. Wyndham Hotels and Resorts'un Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Wyndham Hotels and Resorts'un kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini iletirken, Twitter hesabını Facebook hesabına göre daha yoğun bir biçimde kullandığı saptanmıştır. Wyndham Hotels and Resorts'un kurumsal Facebook hesabı incelendiğinde işletmenin 2016 yılında otel tanıtımlarının ve reklam kampanyalarının yapıldığı görülmüştür. İşletmenin 2017 yılında Facebook üzerinden herhangi bir paylaşım yapmadığı saptanmıştır.

İşletmenin kurumsal Twitter hesabı aracılığı ile yaptığı gönderiler incelendiğinde, işletmenin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bu platform üzerinden paylaştığı saptanmıştır. Çalışan çeşitliliğini benimsediğini gösteren ve özellikle kadınlar ile Afroamerikan nüfusun iş hayatındaki yerinin desteklendiği gönderiler saptanmıştır. Çevrenin korunması ve gelişmesi için düzenlenen ağaç dikme ve geri dönüşüm projeleri, yoksul toplumlar ve çocukların refahı için destek kampanyaları, gaziler için oluşturulan istihdam fırsatları, San Diego'da yapılan yiyecek bağışları, gençlerin spor aktivitelerini destekleyen etkinlik haberleri dikkat çeken diğer kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri arasında yer almaktadır. Ayrıca işletmenin insan haklarının ihlali ile mücadele etmek için çalışmalar yaptığı gözlemlenmiştir. Bunların yanı sıra işletmenin özel günleri kutlama, tesisleri tanıtmaya ve Amerikan Kalp Birliği tarafından verilen en sağlıklı işletme ödülü ile başka bir kuruluş tarafından verilen dünyanın en etik şirketi ödülü ile ilgili haberlerin de Twitter hesabı üzerinden paylaşıldığı tespit edilmiştir.

### **5.2.1.8. Sheraton Hotels & Resorts'un Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Sheraton Hotel & Resorts'un sosyal medya hesaplarını genellikle otellerinin tanıtımını gerçekleştirmek için kullandığı gözlemlenmiştir. İşletmenin kurumsal Facebook hesabı incelendiğinde, işletmenin doğal afetler sonrasında ihtiyaç duyulabilecek malzemelerden hazırladığı destek kitinin dağıtıldığı etkinliğin haberini paylaştığı belirlenmiştir. Twitter hesabı üzerinden de aynı haberin paylaşıldığı ve bu etkinliğin yanı sıra Porto Riko'da yaşayan ailelere Şükran Günü yemeği dağıtıldığı belirtilmiştir. Ayrıca 2017 yılında Twitter hesabı üzerinden paylaşılan bir haberde 95.390 adet geri dönüştürülmüş sabunun ihtiyaç sahiplerine ulaştırıldığı saptanmıştır.

### **5.2.1.9. Ramada Worldwide Inc.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Ramada Worldwide Inc.'nin kurumsal Facebook ve Twitter hesapları incelendiğinde, işletmenin genellikle otel tanıtımı ve özel indirim fırsatlarının haberlerini paylaştığı saptanmıştır. İşletme, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bağlamında spora verdiği desteği Facebook hesabı üzerinden vurgulamıştır. İlgili paylaşımda 2017 yılında Türkiye'de düzenlenen Uluslararası Kayak Federasyonu'nun Snowboard Dünya Şampiyonası sponsorlarından biri olduğu belirtilmiştir. Twitter hesabında paylaşılan bir gönderide ise bağış toplamak için bisiklet turu yapan bir grubu otellerinde misafir ettikleri bildirilmiştir. İşletme, sosyal medya hesapları aracılığı ile özel gün kutlamaları ve sıklıkla tanıtım görselleri paylaşmaktadır.

### **5.2.1.10. Hampton by Hilton'un Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Hampton by Hilton'un kurumsal Facebook hesabı üzerinden 2016-2017 yıllarında paylaşılan gönderiler incelendiğinde, işletme çalışanlarının toplumun refahını artırmak için 291.620 saat gönüllü çalışarak 4166 adet toplum projesini gerçekleştirdiği haberinin paylaşıldığı gözlemlenmiştir. Porto Riko'da yaşanan kasırgadan etkilenen bireylere edilen yardım, Dünya Saati uygulamasına verilen destek, Facebook hesabı üzerinden paylaşılan diğer kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleridir. İşletmenin Twitter hesabında ise gazi ailelerine sunulan iş fırsatlarının yanı sıra, geri dönüştürülen sabunların ihtiyacı olan toplumlara dağıtım haberi ve Dünya Çevre Günü'nde Albany'de elektrikli araçlar için kurulan şarj istasyonunun haberi yer almaktadır. İşletmenin ayrıca hem Twitter hem de Facebook hesapları üzerinden özel gün kutlama ve tanıtım görselleri paylaştığı saptanmıştır.

### **5.2.1.11. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Genel Değerlendirmesi**

Analiz kapsamındaki marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin sosyal medya hesaplarının incelenmesi sonucunda, işletmelerin tamamının kurumsal Facebook ve Twitter hesaplarının bulunduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte Wyndham Hotels and Resorts dışındaki diğer marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin söz konusu sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullandıkları ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bu hesaplar aracılığı ile paydaşlarına bildirme eğiliminde oldukları görülmüştür. Wyndham Hotels and Resorts'un kurumsal Facebook hesabı incelendiğinde, işletmenin 2017 yılında Facebook üzerinden herhangi bir paylaşım yapmadığı saptanmıştır. Genel olarak marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinde en sık bildirilen sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplumun refahı için yapılan yardımlar, genç bireylerin eğitimleri ve sağlıklarının iyileştirilmesi ile ilgili faaliyetler ve çevrenin korunması için yapılan çalışmalar olduğu gözlemlenmiştir. Yerel topluma destek olmak, hasta çocuklar için bağış kampanyaları düzenlemek, özellikle sabun geri dönüşüm programı uygulamak, sokak ve deniz hayvanlarını korumak, tesislerde kullanılan elektrik ve su miktarı ile atık azaltımı yapmak işletmelerin sosyal medya hesapları aracılığı ile sıkça paylaştıkları diğer kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri arasında yer almaktadır. Ayrıca on işletme içinden sekiz tanesinin dünyada yaşanan doğal afetler sonucunda oluşan tahribatın giderilmesi ve zarar görenlerin mağduriyetlerinin giderilmesi konusunda oldukça hassas davrandığı saptanmıştır.

Courtyard by Marriott'ın, marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri arasında otel tanıtımı bağlamında daha az sıklıkla gönderi paylaştığı belirlenmiştir. Hilton Hotels Corporation, Marriott International Inc. ve Shangri La Asia'nın gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini kurumsal sosyal medya hesapları üzerinden sıkça bildirdikleri tespit edilmiştir. İşletmelerin genel olarak hem Facebook hem Twitter hesaplarını aktif olarak kullandıkları saptanmıştır. Bununla birlikte Hilton Hotels Corporation'ın Facebook hesabını kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmede daha çok kullandığı, Shangri-La Asia Hotels and Resorts ve Wyndham Hotels and Resorts'un ise Twitter hesaplarının konu bağlamında daha aktif kullandıkları gözlemlenmiştir.

### **5.2.2.BIST Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Analiz Bulguları**

Bu bölümde sırasıyla analiz kapsamında olan BIST konaklama işletmelerinin sosyal medya hesaplarının analizi sonucunda elde edilen bulgular işletme bazında alt başlıklar halinde sıralanmaktadır.

### 5.2.2.1. Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi

Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin Facebook ve Twitter hesaplarını hem tanıtım hem de kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmede kullandığı saptanmıştır. İşletmenin kurumsal Facebook hesabı incelendiğinde, farklı alanlarda gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin hesap aracılığı ile bildirildiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda işletmenin genç bireylerin istihdamını desteklemek için üniversitelerde kariyer günleri düzenlediği, çalışanlarının motivasyonunu artırmak için turnuvalar gerçekleştirdiği, atık gıdaların sokak hayvanlarına dağıtılması için Hayvan Hakları Federasyonu ile işbirliği yaptığı haberleri dikkat çeken paylaşımlar arasında yer almaktadır. Bunlara ek olarak, otel plajında kurulan kütüphane için müşterilerden kitap desteğinin beklendiği ve kitap desteğinde bulunan müşterilere özel ücretsiz içecek servisinin yapıldığı belirtilmiştir. Ayrıca sanata verilen desteğin göstergesi olarak oluşturulan Altın Yunus Sanat Atölyeleri'nin ziyaret süresi Facebook hesapları üzerinden duyurulmuştur.

İşletme, Dünya Saati uygulamasına katılımını, ilgili tarih ve saatte tesis ışıklarını kapatarak gösterdiğini belirtmiştir. İşletmenin gönderilerinde, sahip olduğu Yeşil Yıldız ve Mavi Bayrak sertifikasına vurgu yapılması dikkat çekmektedir. Ayrıca Türkiye'de ilk rüzgar gücünden elektrik enerjisi üreten türbinin Altın Yunus' da olduğu ve bu bağlamda çevreye karşı duyarlı oldukları ifade edilmiştir. Yine omurilik felçlilerine destek için düzenlenen koşuda aktif olarak rol aldıkları görülmüştür. Ayrıca İran Turizm Fuarı'na ve Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'na katılım sağlandığı ve bu bağlamda sektörel işbirliklerine verilen önemin sosyal medya hesabı aracılığı ile duyurulduğu gözlemlenmiştir. Bunların yanı sıra Dünya Çevre Günü, Kadınlar Günü gibi özel günler ile ulusal ve dini bayramlar için kutlama mesajlarının yayımlandığı, indirim haberlerinin duyurulduğu ve tanıtım görsellerinin paylaşıldığı saptanmıştır.

Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin kurumsal Twitter hesabı incelendiğinde, Facebook hesabı üzerinden paylaşılan gönderi içerikleri ile benzerlik taşıdığı belirlenmiştir. Bu kapsamda turizm fuarlarına katılım haberleri, özel gün kutlamaları, hayvanlar için yapılan yiyecek bağışları, sanata olan destek faaliyetleri bu platformdan da yapılmıştır. Ek olarak Yaşar Holding tarafından düzenlenen sürdürülebilirlik yarışması için hazırlanan proje ile ilgili duyurulara yer verilmiştir.

### **5.2.2.2.Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin kurumsal Facebook ve Twitter hesaplarına tarafımızca ulaşamamıştır.

### **5.2.2.3.Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.'nin kurumsal Facebook hesabı incelendiğinde, genellikle özel günleri kutlama mesajları ve tanıtım görsellerine yer verildiği gözlemlenmiştir. Bununla beraber işletmenin çevre alanında gerçekleştirdiği bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti özellikle dikkat çekmektedir. İşletme, farklı oteller ve Ekosistemi Koruma ve Doğa Sevenler Derneği ile işbirliği yaparak Dünya Çevre Günü'nde Kuşadası'nda bulunan Kese Dağı bölgesinde çevre temizliği faaliyeti gerçekleştirdiğiyle ilgili haberi paylaşmıştır. Ayrıca bir başka gönderide, en önemli yenilenebilir enerji kaynaklarından biri olan güneş enerjisi sayesinde kullandıkları elektriği ürettiklerini ifade etmiştir. Ayrıca işletmenin katıldığı turizm fuarlarından görseller paylaşarak sektör işbirliğine verdiği önemi yansıttığı saptanmıştır. Twitter hesabında ise milli bayram kutlamalarını yayımlayan Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.'nin, Twitter hesabını etkin bir biçimde kullanmadığı gözlemlenmiştir.

### **5.2.2.4. Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin kurumsal Facebook ve Twitter hesabı bulunmamaktadır. İşletmenin sahibi olduğu Talya Oteli, Divan Grubu tarafından işletilmektedir. Bu sebeple Divan Grup'unun kurumsal Facebook ve Twitter hesabı incelenmiştir. Facebook hesabında 2016-2017 yıllarında paylaşılan gönderilerde, HeForShe kampanyası ile cinsiyet eşitliğinin desteklendiği ve sektörel işbirlikleri ile ilgili haberleri bildirdiği saptanmıştır. Bunlara ek olarak sponsorluğunu üstlendiği Engelsiz Kariyer Liderlik Eğitimi ve başlatmış olduğu kan bağışi seferberliği sayesinde aldığı ödülleri Facebook aracılığı ile paylaşmıştır. İşletme geri dönüşümün desteklenmesi için en fazla cam atığı toplayarak kazandığı bir diğer ödülü yine sosyal medya hesabı üzerinden yaptığı gönderi ile bildirmiştir. İşletmenin Twitter hesabı incelendiğinde, Facebook hesabında paylaşılan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili haberlerin Twitter hesabı aracılığı ile de paylaşıldığı gözlemlenmiştir. İşletmenin ayrıca her iki sosyal medya hesabı üzerinden özel gün kutlamaları, bayram mesajları ve otel tanımları yaptığı gözlemlenmiştir.

#### **5.2.2.5. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin kurumsal Facebook hesabı incelendiğinde, Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuar'ına katılım haberi ve otel plajında kurulan kütüphane duyurusu paylaşılan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri içinde yer almaktadır. İşletmenin gönderilerinde Mavi Bayrak ödülünün vurgusu dikkat çekmektedir. Ayrıca Tohum Otizm Vakfı tarafından sosyal medya farkındalık kampanyası olarak başlatılan kampanyaya destek sağlandığı ifade edilmiştir. İşletmenin Twitter hesabında yaptığı paylaşımlarında Facebook hesabı paylaşımları ile benzerlik taşıdığı saptanmıştır. Her iki kurumsal hesap üzerinden de otel görsellerinin paylaşıldığı, bayram ve özel günlerin kutlandığı gözlemlenmiştir. İşletmenin 2017 yılında Twitter üzerinden herhangi bir paylaşımda da bulunmadığı gözlemlenmiştir.

#### **5.2.2.6. Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş. 'nin kurumsal Facebook hesabı üzerinden özel gün kutlama mesajları yayımladığı ve kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında gerçekleştirdiği herhangi bir faaliyeti bildirmediği gözlemlenmiştir. İşletmenin kurumsal Twitter hesabında ise 2016 ve 2017 yıllarında paylaşım yapılmadığı tespit edilmiştir.

#### **5.2.2.7. Petrokent Turizm A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Petrokent Turizm A.Ş.'nin kendi adına açılan Facebook ve Twitter hesaplarına erişilememiştir. İşletmenin sahibi olduğu VonResort Golden Beach'in Facebook hesabı incelendiğinde, işletmenin çevre kirliliği ile mücadele için çalışanları ile birlikte çöp toplama etkinlikleri düzenlediği gözlemlenmiştir. Mavi bayrak belgesinin görseli ve aldığı diğer ödül ve sertifikaları Facebook hesabı üzerinden paylaşılmıştır. İşletme, tesis çevresindeki sokak kedilerin barınması için tesisin bahçesine kedi evleri yaptığını bildirerek hayvanları koruma konusundaki hassasiyetini vurgulamıştır. İşletmenin kurumsal Twitter hesabı incelendiğinde ise dört adet paylaşımın yapıldığı ve içlerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin yer almadığı gözlemlenmiştir.

#### **5.2.2.8. Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin sahibi olduğu iki konaklama işletmesinin kurumsal Facebook ve Twitter hesaplarında özel günleri kutlama mesajları ve işletme görselleri bulunduğu saptanmıştır. Her iki sosyal medya hesabında da, işletme



tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirilmediği gözlemlenmiştir.

#### **5.2.2.9. Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin kurumsal Facebook ve Twitter hesaplarına tarafımızca erişilememiştir.

#### **5.2.2.10. Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.'nin Sosyal Medya Hesaplarının Analizi**

Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.'nin kurumsal Facebook ve Twitter hesapları incelendiğinde, aynı içeriklerin yer aldığı gözlemlenmiştir. İşletmenin Mavi Bayrak ödüllü plaja sahip olduğunun vurgusu sıkça yapılmıştır. Otel tanıtımlarının görsellerine ve indirim haberlerinin paylaşıldığı saptanmıştır.

#### **5.2.2.11. BIST Konaklama İşletmelerinin Sosyal Medya Hesaplarının Genel Değerlendirmesi**

Analiz kapsamındaki BIST konaklama işletmelerinin sosyal medya hesaplarının incelenmesi sonucunda, işletmelerden Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş. ile Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin kurumsal Facebook ve Twitter hesaplarına tarafımızca ulaşamamıştır. Araştırma dahilinde diğer sekiz BIST konaklama işletmesi içinden Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin diğer işletmelere göre daha çok kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiği tespit edilmiştir. BIST konaklama işletmelerinin sektörel bazda gerçekleştirdikleri işbirliklerini sosyal medya hesapları üzerinden bildirme eğilimlerinin, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerine göre daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin en sık paylaştığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri içinde; çevre temizliği için gerçekleştirilen etkinlikler ile katılım gösterilen sektör fuar haberleri, alternatif enerji türleri kullanımı ve çevre sertifikalarının vurgusu, sokak hayvanları için yapılan barınak ve gıda yardımları dikkat çekmektedir. Ayrıca cinsiyet eşitliği, engelli bireylere eğitim fırsatları, plaj kütüphaneleri gibi faaliyetlerde bildirilmektedir. Söz konusu işletmelerin 2016-2017 yılları arasında kurumsal Facebook hesaplarını daha aktif bir biçimde kullandıkları gözlemlenmiştir.

### **5.3. Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları**

Araştırmanın amaçları doğrultusunda konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk veya diğer faaliyet raporlarının analizinden elde edilen bulgular, öncelikle her bir işletme özelinde ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra bu işletmelerin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile bu faaliyetleri kurumsal sosyal sorumluluk veya diğer faaliyet raporlarında sunma şekilleri incelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda oluşturulan kod ve temalar açısından hangi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bu işletmelerde gerçekleştirilip sunulduğu hazırlanan matrislerle yorumlanmıştır.

#### **5.3.1. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları**

Analize dahil edilen marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin öncelikle 2016 yılında yayımlanan kurumsal sosyal sorumluluk veya kurumsal faaliyet raporlarından elde edilen bulgular içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda elde edilen bulgular işletme ve yıl bağlamında alt başlıklar halinde belirtilmiş ve Tablo 10 ile Tablo 11’de oluşturulan matrislerle sunulmaya çalışılmıştır.

##### **5.3.1.1. Hilton Hotels Corporation’ın 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Hilton Hotels Corporation’ın 2016 yılında yayımladığı “Kurumsal Sorumluluk” ana başlıklı raporu “Bizim Yaklaşımımız, Fırsatlar Yaratma, Toplumu Güçlendirme, Çevreyi Koruma, Gençlik, Çeşitlilik ve Dâhil Olma, İnsan Hakları, Gönüllülük ve Bağlılık, Enerji, Su, Atık, Karbon ve Sorumlu Kaynak” olmak üzere 13 alt başlıktan ve 35 sayfadan oluşmaktadır. “Fırsatlar Yaratma, Toplumu Güçlendirme, Çevreyi Koruma” alt başlıklarında sunulan bilgilerin yanı sıra, sayfalara eklenmiş olan videoların da bulunması dikkat çekmektedir. Raporun son bölümünde, faaliyetlerin GRI raporlama ilkelerine uyumlu olduğu belirtilmiştir.

“Gençlik” başlığı altında işletme tarafından kurulmuş olan “Hilton Üniversitesi” aracılığıyla, öğrencilere mesleki gelişim konusunda eğitim ve seminer imkânı sunulduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca “Küresel Stajyerlik Ağı”nın üyesi olan Hilton Hotels Corporation, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen “Yaşam Boyu Öğrenme Programı”nın bir parçası olarak konaklama sektöründeki ilk stajyerlik öğretim programını oluşturduğunu ve bunu Türkiye’de

gerçekleştirdiğini belirtmiştir. İşletmenin, genç bireylere eşit şartlar sunmak ve istihdam sağlamak için farklı kuruluşlarla işbirlikleri yaptığı da gözlemlenmiştir.

“Çeşitlilik” alt başlığı altında, işletme faaliyetlerinin özellikle toplumsal cinsiyet eşitliği üzerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. İşletmenin en üst düzey liderlerinden oluşan, çeşitlilik programlarını ve girişimlerini denetleyen bir konsey (Hilton Executive Diversity Council) oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Hilton Hotels Corporation, ayrımcılık ile mücadele edebilmek için kendi değerleri ile örtüşen diğer işletmelerle stratejik ortaklıklar geliştirdiğini belirtmiştir. İşletmenin bu doğrultuda çeşitlilik ve dâhil edilmeyi destekleyen 35 adet kuruluşla işbirliği yaptığı ve ilgili konuda 2016 yılında 33 ödül aldığı saptanmıştır. Ayrıca Hilton Hotels Corporation, raporunda ABD Dışişleri Bakanlığı'nın “Küresel Eşitlik Fonu”na katılan ve dünyadaki lezbiyen, gay, biseksüel ve transseksüel (LGBT) kişilerin insan haklarını geliştirmeye ve korumaya çalışan ilk girişimcilik işletmesi olduğu bilgisini paylaşmıştır.

İşletmenin, “İnsan Hakları” alt başlığında insan ticareti ve cinsel istismar suçu ile mücadele gibi konular karşısında gerçekleştirdiği faaliyetleri ve başlatmış olduğu programları bildirdiği görülmektedir. Kurumsal sorumluluk raporunun “Gönüllülük ve Bağlılık” alt başlığında, gıda güvenliğinden çevre korumaya kadar bir dizi konuyu ele alan, gönüllü gerçekleştirilen ve topluma yarar sağlayan projelere yer verildiği gözlemlenmiştir. 2016 yılında, 93 ülkede, Hilton Hotels Corporation çalışanlarının çeşitli projelerde gönüllü olarak toplam 291.620 saat çalıştıkları bildirilmiştir. Ayrıca doğal afet yaşayan bölgelerin yeniden kalkınması için “Hilton Afet Müdahale Fonu” aracılığıyla 2,5 milyon dolar destek sağlandığı saptanmıştır.

“Enerji, “Su, “Atık ve “Karbon” alt başlıklarında tüm Hilton Hotels Corporation otellerinin performans ölçümü için geliştirilen “LightStay” sisteminden yararlandıkları gözlemlenmiştir. LightStay, Hilton Worldwide markalı her otelin çevresel ve sosyal etkilerini hesaplamak ve analiz etmek için geliştirilmiş olan tescilli kurumsal sorumluluk performans ölçüm platformudur. Bu platform, dünyadaki her Hilton Worldwide markalı otelinde enerji ve su kullanımını, atık ve karbon üretimini ölçmektedir. LightStay, gelecekteki enerji tüketim seviyelerini tahmin etmek ve performansın maliyet üzerindeki etkisini tahmin etmek için geçmiş enerji ve hava verilerini takip etmektedir. Bu şekilde, otel sahiplerine ve yönetim gruplarına düzeltici eylemlerde bulunmalarını sağlamaktadır. LightStay'in ölçüm sonuçlarına göre Hilton Worldwide otellerinde 2009'dan bu yana enerji tüketiminin % 17, karbon üretiminin % 22,9, atık üretiminin % 29,1 ve su kullanımının ise % 16,7 azaldığı yönünde bilgi sunulmuştur.

İşletmenin enerji tüketimini azaltmak için katıldığı tasarruf projelerinden biri olan “Dünya Saati” uygulaması, iklim değişikliği konusunda daha fazla harekete geçmek için tüm dünyada milyonları bir araya getiren küresel bir harekettir. Her yıl, dünyanın dört bir yanındaki yüz milyonlarca insan evlerinde, kasabalarında veya şehirlerinde ışıklarını kapatarak gezegenin geleceğini önemsediklerini göstermek için etkinlikler düzenlemektedir(WWF, 2019). Dünya

Saati'nin kuruluşundan bu yana, Hilton Worldwide otelleri dış aydınlatmayı kapatmak, lobi karartmak, resepsiyon aydınlatmasını söndürmek ve sürdürülebilir yiyecek ve içecek menüleriyle mum ışığında akşam yemekleri düzenlemek gibi enerji tasarrufu projeleri uygulamaktadır. Enerji tasarrufunun yanı sıra işletme, atıkları azaltmak için yiyecek atık programını geliştirmiştir. İşletme, sabun, yatak, flüoresan lambaları, aydınlatma bataryaları ve civa içeren cihazları geri dönüştürmeye yönelik faaliyetlerde bulunduğunu bildirmiştir. Ayrıca otellerden birinde, herhangi bir etkinliğin karbon ayak izini hesaplamak için üretilen sistem dikkat çeken başka bir bulgu olmuştur. Satış ve pazarlama ekiplerince LightStay üzerinden kullanılması için geliştirilen Toplantı Hesaplama (Meeting Calculator) aracının, misafirlerin kaldıkları süre boyunca ayak izlerini nasıl en aza indirecekleri hakkında yardımcı olduğu bilgisi de "Karbon" alt başlığı altında paylaşılmıştır.

İşletmenin sunduğu raporda "Sorumlu Kaynak Kullanımı" başlığı içinde yerel kaynak kullanımına gösterilen dikkate ve sürdürülebilir deniz ürünleri ile hayvan refahı için gerçekleştirilen faaliyetlere yer verildiği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte işletmenin 2016 yılında, Dünya Kaynakları Enstitüsü tarafından tüketicilerin daha sürdürülebilir gıdalar satın almalarını sağlayacak eylemleri araştırmak için BetterBuyingLab'ı kurduğu saptanmıştır. Kurulan laboratuvarında, gıda endüstrisinin önde gelen işletmelerinin davranışsal ekonomi ve pazarlama konuları ile çevreyi koruma için beslenme düzenlerini değiştirme çabaları üzerine yoğunlaştıkları vurgulanmıştır.

Brand Finance tarafından hazırlanan listede 10. sırada yer alan Hampton by Hilton'un, Hilton Worldwide kuruluşu olması bağlamında, analiz sırasında ilgili kurumsal sosyal sorumluluk rapor içerikleri her iki işletme için de değerlendirilmiştir.

### **5.3.1.2. Marriott International Inc.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Marriott International Inc.'nin 2016 yılında kurumsal web sitesi üzerinden yayımladığı "Sürdürülebilirlik ve Sosyal Etki Raporu" ana başlıklı raporu; "Giriş, Genel Açıklamalar, Yönetim Yaklaşımı Açıklamaları, Göstergeler" alt başlıklarından oluşmaktadır. 56 sayfalık raporda "Giriş" başlığı altında "Rapor Hakkında, Başkanın Mesajı, 2025 Sürdürülebilirlik ve Sosyal Etki Hedefleri" bölümleri bulunmaktadır. Bu kısımda raporun amacı ve içeriğiyle ilgili bilgilendirmeler yer almaktadır. İşletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini destekleyecek şekilde gerçekleştirildiği vurgusu yapılmıştır. Ayrıca işletmenin yeni geliştirdiği sürdürülebilirlik ve sosyal etki platformu hakkında ilk bilgilendirme de bu bölümde bulunduğu belirlenmiştir. "360'a Hizmet: Her Yönde İyiyi Yapmak" (Serve 360: Doing Good in Every Direction)ismi verilen bu platform, "Dünyayı Beslemek,

Sürdürülebilir Sorumlu Operasyonlar, Fırsatları Güçlendirmek, Herkesi Karşılama ve İleri İnsan Hakları” olmak üzere dört öncelikli alan üzerinde yoğunlaşmaktadır. Başlıklar altında toplum refahı, çocukları koruma ve destekleme, doğal kaynaklara yatırım yapma, çevreyi koruma, sorumlu kaynak kullanımı, her alanda ayrımcılık ile mücadele gibi birçok sosyal ve çevresel konunun işlendiği gözlemlenmiştir. Raporun “Yönetim Yaklaşımı Açıklamaları” başlıklı bölümünde ise ekonomik, çevresel ve sosyal olmak üzere üç kısım bulunduğu ve ilgili alanın, raporun büyük bir bölümünü oluşturduğu belirlenmiştir.

“Ekonomik” başlıklı bölümde ise işletmenin ekonomik performansının, dolaylı ekonomik etkilerinin ve yolsuzlukla mücadele için gerçekleştirdiği faaliyetlerin açıklandığı saptanmıştır. İşletme stratejileri doğrultusunda çeşitli kuruluşlarla yapılan iş birliklerinin yine bu bölümde bulunduğu belirlenmiştir. Dolaylı ekonomik performans alt başlığında, işletmenin turizm sektörüne olan ekonomik katkısı dışında, bir işveren olarak yerel istihdamı sağlamak, mültecilere iş olanakları sunmak ve yerel ekonomileri desteklemek amacıyla faaliyetlerini yerine getirmek için ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri yerel tedarikçilerden tedarik etmek gibi ekonomiyi etkileyen çabalarda bulunduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca işletmenin 2025 yılına kadar gençler, kadınlar, engelli bireyler, gaziler ve mülteciler için eğitim programları geliştirmek ve ilgili alanda ortaklıkları artırmak için en az 5 milyon dolarlık bir yatırım yapmayı hedeflediği açıklanmıştır. Genç bireylere staj, eğitim ve istihdam yaratmak amacıyla Amerika, Asya Pasifik, Avrupa ile Orta Doğu ve Afrika’da çeşitli üniversiteler ve kurumlar ile işbirlikleri sağlandığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte dikkat çeken diğer bulgulardan biri de, Marriott International Inc.’nin mültecilere destek sağlamak için Uluslararası Kurtarma Komitesi ile sağladığı ortaklıktır. Uluslararası Kurtarma Komitesi, mültecilere ekonomik destek ve eğitim fırsatları sağlamak, mültecilerin ekonomik ve sosyal olarak iyileşmelerine ve gelişmelerine yardımcı olmak için dünya çapında çalışmakta olan bir kuruluştur. Kurulan ortaklık sayesinde ulaşılan 35 mülteciye Marriott International Inc. bünyesinde staj yapma fırsatı sunulduğu ve stajını bitiren bir mülteciye de tam zamanlı iş teklifinde bulunduğu ifade edilmiştir. Yine Marriott International Inc., rapordayolsuzlukla mücadele ile ilgili yasalara uyum gösterdiğini, küresel yolsuzlukla mücadele programı oluşturduğunu, iş ahlakı kılavuzu hazırladığını ve her pozisyondaki çalışanın konu ile ilgili eğitime tabi tutulduğunu vurgulamıştır.

“Çevresel” başlıklı bölümde, Marriott International Inc. üst yönetiminin enerji ve emisyonlar, su, biyolojik çeşitlilik, atık su ve diğer atıklar ile tedarikçi çevre değerlendirmesi konularındaki yaklaşımı açıklanmaktadır. “Enerji ve Emisyonlar” alt başlığında operasyonel verimliliği artırmak ve iklim değişikliği risklerini düşürmek için, enerji tüketimi ve sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik faaliyetlerde bulunduğu ve zincire bağlı otellerde enerji verimliliğini sağlamak için LEED sertifikalı binaların sayısının artırılmasının planlandığı belirtilmiştir. Bununla beraber, 2025 Sürdürülebilirlik ve Sosyal Etki Hedeflerinin

gerçekleşebilmesi ve maliyet tasarrufunun sağlanması için zincire bağlı otellerde, aydınlatma ve havalandırma sistemleri ile ısı ve su sıcaklığını koruyan programların kullanılmasına dikkat edildiği belirtilmiştir. Ayrıca işletmenin birçok otelinde jeotermal, rüzgâr ve güneş gibi düşük karbonlu veya yenilenebilir enerji sistemlerinin kullanıldığı saptanmıştır. Yine işletme sahiplerinin, ortakların, çalışanların ve misafirlerin de sürdürülebilirlik faaliyetlerine katkı sağlamaları için bazı programlar geliştirdikleri gözlemlenmiştir. İş seyahatleri amacıyla ya da grup halinde otelde konaklayan misafirler için geliştirilen sistem, müşterilerin konakladıkları süre boyunca oluşan karbon ve su ayak izi verilerini hesaplamakta ve sonuçlar müşterilerle paylaşılmaktadır. Bunun yanı sıra kurumsal müşterilerin yüzden fazla işletme ve yönetim uygulamasına erişebildiği bulgusu dikkat çekmektedir. Ayrıca çevrenin korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması, yeni program ve ürünler geliştirilmesi için işletme içinde departman ve ekipler kurulduğu gözlemlenmiştir.

“Su” alt başlığında ise tesislerde kullanılan su miktarından tasarruf edilmesi için çamaşır, çarşaf ve havlu kullanım politikalarının hazırlandığı, ayrıca bulaşıklar için kullanılan makinalarda, tuvalet ve duş başlıklarında, peyzajda ve golf sahası bakımı sırasında harcanacak suyun azaltılması için düşük akımlı sulama sistemlerine yatırım yapıldığı ifade edilmiştir. Amerika’da faaliyet gösteren Marriott International Inc. otellerinde, fatura verilerine dayanarak yapılan bir analiz programından da yararlandığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte Marriott International Inc. otellerinin, operasyonel verimliliği artırma için kullandıkları denetim aracı olan “Enerji ve Çevre Eylem Planı” sayesinde, havlu kullanım politikası, gıda hizmeti, temizlik, bahçe sulama, merkezi bitki koruma sistemi gibi birçok alanda çeşitli su koruma politikalarının oluşturulduğu saptanmıştır. Otellerin çoğunda su geri dönüşümü sağlandığı, uygun alanlarda yağmur suyundan yararlandığı bildirilmiştir. Ek olarak işletme, söz konusu raporda “Su Riski Yönetimi” başlıklı bölümde, suya erişimin sınırlı olduğu bölgelerde kuraklık ve sel riski taşıyan alanlarda gerçekleştirdiği faaliyetleri paylaşmıştır. Su temini mümkün olmadığında veya yeterli olmadığında, işletmenin sondaj, tuzdan arındırma ve filtreleme yapabilen su sistemleri kurduğu gözlemlenmiştir. Yine Kaliforniya’daki kuraklık için tüm Marriott International otellerinin bölgeye özgü bir su koruma planı geliştirdikleri ve çalışan ile misafirleri su durumundan haberdar ettikleri bildirilmiştir. Ayrıca bazı Marriott International otellerinde, misafirlerin sorumluluk hareketlerine katılım sağlaması için “Yeşil Seçim” seçeneği sunulduğu ve yeşil seçim tercihinde bulunan misafirlerin kat hizmetleri servisini kullanmayarak su, enerji ve kimyasal kullanımının azaltılmasına yardımcı oldukları belirtilmiştir.

“Biyolojik Çeşitlilik” alt başlığında, işletmenin turizm destinasyonlarını canlı kılan ekosisteme ve doğal kaynakları korumaya verdiği önem vurgulanmıştır. İşletmenin dünyanın doğal sermaye kaynaklarını, yağmur ormanlarını, tatlı suları ve ağaçları korumaya yardımcı olmak için bazı faaliyetlerde bulunduğu ifade edilmiştir. Sürdürülebilir geçim kaynaklarını

desteklemek ve aynı zamanda doğal kaynakları korumak için gerçekleştirilen faaliyetlerde, yerel toplum kuruluşları, hükümetler, toplum liderleri ve diğer kilit paydaşlarla işbirliği yapıldığı da vurgulanmıştır.

“Atık Su ve Diğer Atıklar” alt başlığı altında ise işletmenin “2025 Sürdürülebilirlik ve Sosyal Etki Hedeflerinden” biri olarak, atık depolama alanını %45 oranında ve odabaşına düşen gıda atığını %50 oranında azaltmayı planladığı gözlemlenmiştir. Atıkların azaltılması ve geri dönüşümü için işletmenin denetim aracı olan “Enerji ve Çevre Eylem Planı”nın kullanıldığı ifade edilmiştir. Özellikle gıda atıklarının hayvan yemine dönüştürülmesi için testlerin yapılması dikkat çekmektedir. Gıda atıkları yönetiminde en iyi uygulamaları geliştirmek için çeşitli otel ve kuruluşlarla ortaklıklar yapıldığı da bu başlık altında vurgulanmıştır.

“Tedarikçi Çevre Değerlendirmesi” alt başlığı altında, Marriott International’ın mobilya, demirbaşlar, yiyecek ve içecek, malzeme ve ekipman, kurumsal hizmetler gibi çok sayıda tedarik kategorisinden oluşan geniş bir tedarik zincirine sahip olduğu saptanmıştır. Mal ve hizmet tedariki sırasında enerji, su ve ambalaj atığı tasarrufu sağlanabilecek şekilde daha sürdürülebilir malzemeler kullanan tedarikçilerle iş birliği yapıldığı ifade edilmiştir. Bu bağlamda tedarikçi sürdürülebilirlik politikalarına teşvik sağlamak, tedarikçi davranış kurallarını belirlemek, hayvan refahı ve sürdürülebilir deniz ürünleri için tedarikçiler ile birlikte çalışmak, yerel tedarikçileri desteklemek, köpük bardak ve tabak kullanımını sınırlandırmak gibi faaliyetlerde bulunduğu vurgulanmıştır. Ayrıca Marriott International’ın, 2011’de kurulan Konaklama Sürdürülebilir Satın Alma Endeksi’ni geliştirmek üzere çalışan yeni bir birliğe katılan ilk otel markası olduğu da belirtilmiştir. Sürdürülebilir deniz ürünleri konusunda da özen gösterdiğini bildiren Marriot International, “Geleceğimiz Balık” programı ile dünya genelinde deniz ürünleri tedarikçileri ile çalışarak, otellerinde sürdürülebilir deniz mahsullerinin hazırlanmasını ve sunulmasını sağladığını belirtmiştir.

“Sosyal” başlıklı bölümde ise Marriott International yönetiminin istihdam, mesleki sağlık ve güvence, eğitim ve gelişim, çeşitlilik ve eşit fırsat, insan hakları değerlendirme, yerel topluluklar, tedarikçi sosyal değerlendirme, kamu politikası, müşteri sağlığı ve güvenliği ile müşteri gizliliği konularındaki yaklaşımı açıklandığı belirlenmiştir. “İstihdam” alt başlığında işletmenin tercih edilen bir işveren olmak adına çalışanlara sağlık sigortası, esnek iş düzenlemeleri, ücretli ve ücretsiz izin, terfi almak için fırsatlar sunma gibi birçok girişimde bulunduğu belirtilmiştir. Çalışanların haklarını korumak, güvenli ve saygılı çalışma koşulları oluşturmak, çalışan ve yönetim arasındaki olumlu ilişkileri korumak için “Küresel İstihdam İlkeleri”nin benimsendiği vurgulanmıştır.

“Mesleki Sağlık ve Güvence” alt başlığında, 2010 yılında çalışanların sağlıklı bir yaşam tarzını benimsemelerine yardımcı olacak desteği sağlamak için kullanılan “Take Care Wellbeing” programı konu alınmıştır. Programın, otel çalışanlarına sağlık koçluğu ve beslenme, fiziksel

aktivite, stres yönetimi, sigara bırakma, kilo yönetimi, kanser ile mücadele, aile refahı ve daha birçok konuda faaliyetler içerdiği vurgulanmıştır. “Eğitim ve Gelişim” alt başlığında Marriott International Inc. çalışanlarının mutfak ve servis kültürü, tesis yönetimi, liderlik gibi çeşitli alanlarda her yıl yaklaşık 12.000 saat eğitim kursuna katıldığı belirtilmiştir. “Çeşitlilik ve Eşit Fırsat” alt başlığı altında Marriott International’ın 1989’da yılında seyahat endüstrisinde resmi bir çeşitlilik ve dahil etme programı kuran ilk işletme olduğu, 1997 yılında da resmi bir tedarikçi çeşitliliği programını sunan ilk işletme olduğu bildirilmiştir. “Küresel Çeşitlilik ve Dahil Olma Programı” içerisinde başta kadınlar ve azınlıklar olmak üzere ele alınan çeşitlilik göstergeleri; cinsiyet, ırk, etnik köken, cinsel yönelim, engellilik ve emeklilik olarak belirlenmektedir. İşletmenin çok kültürlü toplumları desteklemek için birçok grup ve kuruluşlarla işbirliği yaptığı ve çeşitlilik ile eşit fırsat alanında 16 adet ödül aldığı gözlemlenmiştir. “İnsan Hakları Değerlendirilmesi” alt başlığında da işletmenin özellikle insan kaçakçılığı konusundaki farkındalığı arttırmak için kuruluşlarla ortak çalıştığı açıklanmıştır. Çalışanlara da insan kaçakçılığı konusunda farkındalık yaratmak ve onları bilgilendirmek için eğitim faaliyetlerinde bulunduğu belirtilmiştir

“Yerel Topluluklar” başlığı altında işletmenin yerel istihdamı desteklemek, çocukların eğitim almasını sağlamak, dezavantajlı insanlara fırsatlar sunmak gibi faaliyetleri ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Marriot International, bu faaliyetler sayesinde yıl içinde 29 milyon dolarlık bir katkıda bulunduğunu ve çalışanlarının çeşitli organizasyonlarda 755.000 saatten fazla gönüllü olarak görev aldığını bildirmiştir. “Tedarikçi Sosyal Değerlendirmesi” alt başlığında ise işletme tedarik zincirinde çeşitlilik ve fırsat eşitliği sağlayan kapsayıcı bir ortamın yaratılması için gerçekleştirilen faaliyetler hakkında bilgiler sunulmuştur.

İşletme tarafından gerçekleştirilen kurumsal politik faaliyetlerin bildirildiği “Kamu Politikası” başlığı altında, ilgili faaliyetlerin halkla ilişkiler departmanı ve siyasi eylem komitesi tarafından yönetildiği gözlemlenmiştir. Seyahat etmeyi kolaylaştıran vize ve giriş politikaları, göçmen reformu, medeni haklar ve ayrımcılık karşıtı politikalar, tüketici korumaları, ulaşım ve altyapı gibi birçok önemli alanda hükümet ve diğer kuruluşlarla iş birliği yapıldığı saptanmıştır.

“Müşteri Sağlığı ve Güvenliği” alt başlığında ise zincir bünyesindeki otel müşterilerinin konakladıkları süre boyunca sağlık ile refahlarını korumak ve artırmak için alınan güvenlik önlemlerine yer verilmiştir. Misafirlerin ve çalışanların kişisel bilgilerini korumak için kapsamlı bir gizlilik ve güvenlik programı kullanıldığı vurgusu “Müşteri Gizliliği” başlığı altında belirtilmiştir. “Göstergeler” başlığı altında hazırlanmış olan tabloda işletmenin ekonomik, çevresel ve sosyal performansı hakkında özet bir bilgi sunulmuştur.

Brand Finance tarafından oluşturulan listede beşinci sırada yer alan Courtyard by Marriott, Marriott International Inc.’nin bir alt markasıdır. Ayrıca Sheraton Hotels and Resorts, 2015 yılının sonlarına doğru Marriot grubuna dahil olmuştur. Courtyard by Marriott ve Sheraton



Hotels & Resorts'un ayrı bir kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayımlamadıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda Marriott International'ın kurumsal sosyal sorumluluk raporu üzerinden erişilen içeriklerin, bünyesinde barındırdığı diğer 2 konaklama işletmesini de kapsadığı kabul edilmiştir.

### **5.3.1.3. HYATT Hotels Corporation'nın 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

HYATT Hotels Corporation'ın 2016 yılında yayımladığı "Kurumsal Sorumluluk Puan Kartı" ana başlıklı raporu; "Toplumlarımıza Yatırım Yapma, Afetlere Müdahale Etme, İnsan Haklarına Saygı, Meslektaşlarımızı Önemseme, 2020 Çevresel Sürdürülebilirlik Vizyonumuz Nasıl Hazırlanıyor, Sorumlu Satın Alma, Yenilik ve İlham Verme" alt başlıklarını içermekte ve 8 sayfadan oluşmaktadır. Raporun ilk sayfasında yönetici ve icra kurulu başkanının kurumsal sosyal sorumluluk konusuna verdiği önem belirtilmiş ve genel olarak işletmenin yıl içindeki çabalarına değinilmiştir.

"Toplumlarımıza Yatırım Yapma" alt başlığında, işletmenin topluma yatırım yapma sorumluluğu taşıdığı ve bu bağlamda toplumların gelişmesi için zaman ve kaynak ayrıldığı vurgusu yapılmıştır. İşletmenin; Hyatt Vakfı katkısı, Hyatt toplum hibeleri katkısı, iş ortaklarının katkıları, nakit katkılar ve yapılan mal bağışları sayesinde 2016 yılında toplum için 12,5 milyon dolarlık bir yardımda bulunduğu görülmüştür. Ayrıca işletme çalışanlarının 140.000 saatten fazla gönüllü faaliyetlere katılım gösterdiği ifade edilmiştir. 2016 hibe döngüsü boyunca sekiz ülkede eğitim, sağlık, çevresel sürdürülebilirlik ve ekonomik gelişme konularına odaklanan 26 kar amacı gütmeyen kuruluşa 350.000 dolardan fazla katkı sağlandığı dikkat çeken bulgular arasında yer almaktadır. Ayrıca genç bireylere istihdam oluşturmak ve engelli öğrencilere mesleki eğitim fırsatı yaratmak gibi faaliyetler gerçekleştirildiği de saptanmıştır.

"Afetlere Müdahale Etme" alt başlığı altında, doğal afetler sonrasında oluşan tahribatı iyileştirmek, bölgeyi yeniden inşa etmek ve gelişmesine yardımcı olmak için yapılan faaliyetler bildirilmiştir. İşletmenin 2012'den bu yana, kar amacı gütmeyen organizasyonlarla işbirlikleri gerçekleştirdiği ve felaketlerden etkilenen toplumlar ile çalışanlarına destek olmak için 1 milyon dolar katkı sağladığı ifade edilmiştir.

"İnsan Haklarına Saygı" alt başlığında, işletmenin insan ticareti ile mücadele etme, çocukları koruma ve eğitim olanakları sunma gibi konularda gösterdikleri tutum doğrultusunda uygulanan politikalar ile ilgili bilgi sağlandığı görülmüştür. İşletme bünyesinde bulunan 55.000 çalışana insan ticareti ile mücadele konusunu içeren bir eğitim verildiği ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra işletmenin Uluslararası Turizm Ortaklığı'nda "İnsan Hakları Çalışma Grubu" nun kurucu

üyeleri olarak görev yaptığı bildirilmiştir. Bu bağlamda işletmenin sektör ile işbirliği içinde olduğu gözlemlenmiştir.

İşletmenin çalışan politikasını “Meslektaşlarımızı Önemseme” alt başlığı altında açıkladığı görülmektedir. HYATT Hotels Corporation’ın Avrupa, Afrika, Orta Doğu ve Güney-Batı Asya bölgelerindeki tüm otel çalışanları için daha iyi bir iş-yaşam dengesi yaratmayı amaçladığı ifade edilmektedir. Diğer işletmelerden farklı olarak HYATT Hotels Corporation, 2016 yılında çalışanlarının evlat edinme süreçlerinde ihtiyaç duydukları desteğe sahip olmalarını sağlamak için yeni bir “Küresel Aile Yardımı Politikası” uygulaması ile dikkat çekmektedir. Bu politika, evlat edinme veya evlat edinmeden sonra ücretli izin süresi ve evlat edinme için mali destek sağlama gibi konuları içermektedir. Ek olarak işletme, çalışan çeşitliliği ve eşitliğine gösterdiği özeni, bu konuda almış olduğu ödüller aracılığı ile bildirmiştir.

“2020 Çevresel Sürdürülebilirlik Vizyonumuz Nasıl Hazırlanıyor ?” alt başlığı altında işletmenin enerji, sera gazı emisyonu ve su kullanımlarını azaltmayı hedefleyen “2020 Çevresel Sürdürülebilirlik Vizyonu” açıklanmaktadır. İşletme 2006 yılı verilerini baz alarak enerji kullanımı ile sera gazı emisyonlarını 2020 yılına kadar %25 azaltmayı hedeflediği vurgulanmıştır. Raporda ayrıca Amerika, Asya Pasifik ve Avrupa, Afrika, Orta Doğu ve Güney-Batı Asya bölgelerinde faaliyet gösteren HYATT otellerinin 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ait enerji, sera gazı ve su verileri grafikler aracılığıyla paylaşılmıştır. Grafikler incelendiğinde, yıllar bazında metrekare başına düşen tüketim oranlarında genel olarak azalma sağlandığı gözlemlenmektedir. HYATT Hotels Corporation, atık yönetimi ve geri dönüşüm için faaliyetlerde bulunduğunu ve bu doğrultuda atık yönetim rehberleri oluşturulduğunu ifade etmektedir. Ek olarak tesislerde değişen mobilya ve demirbaşların bağışlanması için kuruluşlarla iş birliği yaptığını açıklamıştır. Bunların yanı sıra, 2015 yılı itibari ile tesislerdeki yenilikler ve yeni inşa edilen binalar için gelişmiş sürdürülebilir tasarım kurallarına uyma ve LEED veya eşdeğeri sertifikalar alma hedefleri dikkat çeken bulgular arasında yer almaktadır.

“Sorumlu Satın Alma” alt başlığı incelendiğinde, işletmenin mal ve hizmet tedarikini sürdürülebilirlik yaklaşımı ile gerçekleştirdiği vurgusunun yapıldığı görülmektedir. İşletme, tedarik sırasında geri dönüştürülebilen içeriklerle üretilen peçete, bardak, tabak vb. ürünleri tercih ettiğini bildirmiştir. Bu bağlamda Amerika’daki tesislerinde polistiren köpük içeren tek kullanımlık yiyecek ve içecek ürünlerinin neredeyse tamamının kullanımdan çıkarıldığı ve ürünlerin sadece %1’inden azının polistiren köpük içerdiği bilgisi dikkat çeken bulgular arasında yer almaktadır.

“Yenilik ve İlham Verme” alt başlığında işletmenin, 2015 yılında yatırım getirisi ile birlikte çevre ve verimlilik avantajlarını da taşıyan tesislerin sürdürülebilirlik projeleri için özel bir fon oluşturma hedefi belirlediği bildirilmiştir. Ancak hedef doğrultusunda özel bir fon kurulmadığı, sürdürülebilirlik projelerine yatırım yapmak için ortaya çıkan fırsatların

incelendikten sonra yatırım kararının verildiği gözlemlenmiştir. Bu durumun yanı sıra, yenilikçi ve sürdürülebilir çözümleri test edebilmek için bazı bölgelerdeki tesislerin seçildiği ifade edilmiştir. Seçilen tesislerde özellikle gıda atıklarını azaltmak ve değerlendirmek için pilot çalışmalar yapıldığı da vurgulanmıştır.

#### **5.3.1.4. Holiday Inn'in 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Holiday Inn, InterContinental Hotels Group'un bir alt markası olarak faaliyet göstermektedir. Bu kapsamda işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporuna tarafımızca erişilememiştir. Kurumsal web sitesi üzerinden erişilen bir bağlantı sayesinde InterContinental Hotel Group'un kurumsal web sitesine yönlendirildiği görülmektedir. Bu bağlamda InterContinental Hotels Group'un kurumsal sosyal sorumluluk raporu üzerinden erişilen içeriklerin, bünyesinde barındırdığı Holiday Inn konaklama işletmesini de kapsadığı kabul edilmiştir.

InterContinental Hotels Group (IHG), 2016 yılında yayımladığı 44 sayfalık "Sorumlu İş Raporu" ana başlıklı raporu; "Giriş, IHG hakkında, Başkanın ve İcra Kurulu Başkanının Açıklamaları, Stratejik Yaklaşımımız, Sorumlu İş Anlayışımızı Geliştirmek, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne Olan Bağlılığımız, Paydaş Katılımı, Sorumlu İşletme Kültürümüz, İnsanlarımız, Çevresel Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Topluluklar, Ödüllerimiz ve Tanınırlığımız, IHG Vakfı, Performansımız" alt başlıklarından oluşmaktadır. Raporda "Giriş" başlığı altında, işletmenin gerçekleştirdiği faaliyetlerde çevresel etkiyi azaltma ve toplumda olumlu etki yaratma çabaları vurgusu dikkat çekmektedir. İşletmenin 2016 yılında olumlu değişim yaratan projelere fon sağlamak amacıyla kurduğu IHG Vakfı ve işletmenin kurumsal sorumluluk programı olan IHG Green Engage (Yeşile Bağlılık) sistemi ile IHG Akademisi hakkında ilk bilgilendirme bu bölümde yapılmaktadır.

"IHG Hakkında" başlığında işletmenin 2013-2017 yılları arasında kendisinin belirlediği hedeflere ulaşmadaki başarısının oransal olarak ifade edildiği görülmektedir. Bu kapsamda istihdam sağlama hedefine %86, odabaşına düşen su kullanımını azaltma hedefine %66, odabaşına düşen karbon ayakizini azaltma hedefine %61 oranlarında ulaşıldığı ifade edilmektedir. Başkanın ve icra kurulu başkanın açıklamaları incelendiğinde, işletmenin BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri içinden yedi tanesine odaklandığı, çalışan ve tedarikçi çeşitliliğine önem verdiği, yerel halka sağlanan istihdam olanakları, insan hakları konusuna duyulan hassasiyet, çevre için alınan tedbirler, vakıf sayesinde yapılan bağışlar gibi konu başlıkları üzerinde durulduğu vurgulanmıştır.

“Stratejik Yaklaşımımız” alt başlığında, işletmenin bir kazanma modeli oluşturduğu görülmektedir. Oluşturulan modelde toplum adına yaratılan değerlerin hissedar getirilerini olumlu biçimde etkileyeceği ve bu durumun tüm paydaşların yararına olacağı ifade edilmiştir. “Sorumlu İş Anlayışımızı Geliştirmek” alt başlığında işletmenin topluma, çevreye, ekonomiye ve diğer paydaş gruplarına etki eden konuları tespit etmek için bir önemlilik matrisi geliştirildiği ve bu matrisin kullanılarak seçilen sosyal sorumluluk konularının, işletmenin stratejik yaklaşımına olan etkisinin belirlendiği bildirilmiştir. Ayrıca oluşturulan matris bağlamında, faaliyet gösterilen toplumlara en fazla pozitif katkı sağlanabilecek konuların seçiminde BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’nin etkili olduğu vurgulanmıştır.

“BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’ne Olan Bağlılığımız” alt başlığı altında işletme, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi’ni kabul ettiğini ifade etmiştir. Kalkınma hedefleri içinden özellikle “Temiz Su ve Sıhhi Koşullar, İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme, Eşitsizliklerin Azaltılması, Sürdürülebilir Şehir ve Yaşam Alanları, Sorumlu Tüketim ve Üretim, İklim Eylemi ve Hedefler İçin Ortaklıklar” hedefleri ile ilgili faaliyetlerde bulunduğu gözlemlenmiştir. IHG Akademisi aracılığıyla kaliteli eğitim ve IHG Green Engage sistemi aracılığıyla da iklim değişikliğiyle mücadele için projeler yürütüldüğü gözlemlenmiştir. 2016 yılında 75 ülkede 2.145 IHG Akademi programı uygulandığı ve konaklama sektöründe 11.985 katılımcının istihdam edilebilirliklerinin artırıldığı vurgulanmıştır.

“Paydaş Katılımı” başlığı altında, işletmenin meslektaşlar, hissedarlar, tedarikçiler, akademik enstitüler, konuklar ve kurumsal müşteriler, IHG sahipleri derneği, sanayi dernekleri, sivil toplum kuruluşları, hükümet ve toplum kuruluşları olmak üzere 8 paydaşı ile gerçekleştirdiği stratejik ortaklıklar sunulmuştur. Yine bu kısımda IHG, sayısı on dördü bulan sivil toplum kuruluşu ile eğitim, kariyer, çevre koruma, doğal afet yardımı gibi alanlarda hayata geçirdiği projeleri bildirmiştir.

“Sorumlu İşletme Kültürümüz” alt başlığında her alanda sorumluluk ile hareket etmenin işletme stratejisinin temelini oluşturduğu ifade edilmiştir. Sorumlu davranmak bağlamında tüm IHG işletmelerinin çevresel etkilerini azaltmaya çalıştıkları, otellerin ekonomik ve sosyal katkısını kullanarak istihdam yarattıkları, yerel ekonomileri teşvik ettikleri ve beceri geliştirme fırsatları sağladıkları, yaşanan doğal afetler sonrasında destek verdikleri belirtilmiştir. Ayrıca işletme; tasarım ve geliştirme, tedarik, işlemler, pazarlama, satış ve dağıtım ve yenileme aşamalarından meydana gelen “otel yaşam döngüsü” oluşturmuş ve döngü içindeki tüm aşamalar için sorumlu iş yaklaşımı ile hareket ettiğini bildirmiştir. Yine bu bölümde işletme içindeki kurul ve komitelerin görev dağılımları verilmiştir. Kurumsal sorumluluk komitesinin görevleri; işletmenin çevresel, sosyal ve toplumsal etkisi, insan hakları hususları ve paydaş katılımı, kurumsal sorumluluk hedefleri ve stratejisi hakkında yönetim kuruluna bilgi sağlamak, yönlendirmelerde ve tavsiyelerde bulunmak olarak belirlenmiştir. Ayrıca işletmenin

güvenilirliğini, itibarını, tercih edilirliliğini olumsuz etkileyecek durumlara karşı işletme tarafından alınan önlemler risk yönetim sistemi başlığı altında hazırlanan tablo ile bu bölümde bildirilmiştir.

Bunların yanı sıra ilgili bölümde işletmenin tedarikçi ilişkileri ile sorumlu ve etik kaynak kullanımı alanlarındaki faaliyetleri yer almaktadır. Bu kapsamda işletmenin 1600'den fazla tedarikçi ile gönüllü örgütlenme özgürlüğü, çalışma koşulları, zorunlu işçi çalıştırma ve çocukların sömürülmesi gibi konuları kapsayan IHG tedarikçi davranış kurallarında uzlaşma sağladığı gözlemlenmiştir. Ek olarak işletme, tedarikçilerin satış yapma fırsatlarına eşit erişim sağladıklarını bildirerek, çeşitlilik konusuna verdiği önemi göstermiştir. Etik kaynak kullanımı ile ilgili yapılan açıklamalar incelendiğinde, işletmenin Sürdürülebilir "Deniz Ürünleri Politikası"nı uygulamaya koyduğu gözlemlenmiştir. Kümeste ama kafessiz ortamlarda yaşayan hayvanların yumurtalarının tedarik edilmesi ve menülerden köpek balığı süzgecinin kaldırılmış olması, gıda maddeleri seçiminde sorumlu davranma çabalarını göstermektedir.

Ayrıca işletmenin, insan hakları yaklaşımı konusunda farkındalığı artırmak ve otelleri insan hakları standardını karşılama konusunda desteklemek için "İnsan Hakları E-Öğrenme Modülü"nü tasarladıkları saptanmıştır. İşletme içi paydaşlarına adil, güvenli ve sağlıklı bir ortam, eşit şart ve fırsatlar sağlayan modül, 27.000'den fazla çalışana kaynak olarak sunulmaktadır. Modülün yanı sıra, modern köleliğin risklerini vurgulamak için IHG Kölelik ve İnsan Ticareti Bildirimini yayımlayan işletme, insan haklarına ve çalışma standartlarına bağlılıkları içeren 10 evrensel ilkeyle uyumlu olduğunu vurgulamıştır. Rüşvet ve yolsuzluklarla mücadele konusunda çalışanları bilinçlendirmek için 30.000'den fazla kişiye rüşvet karşıtı eğitimin verilmesi dikkat çeken bulgular içinde yer almaktadır.

"İnsanlarımız" alt başlığında, işletmenin çalışan politikası açıklanmıştır. Çalışanların eğitimi ve kendilerini geliştirmeleri için işletmenin gerçekleştirdiği faaliyetler bu bölümde bulunmaktadır. IHG markalı otellerdeki çalışanlara marka, servis ve operasyonlar hakkındaki bilgi ve becerilerini geliştirmelerini sağlayan çevrimiçi bir öğrenme platformu sunulduğu bilgisi bulunmaktadır. Çalışan seçiminde yalnızca işe uygun olmanın temel alındığı ve ırk, renk, etnik veya ulusal köken, cinsiyet, cinsel yönelim, yaş, din, medeni durum gibi konularda ayrımcılık yapılmadığı da bildirilmektedir. Bu bağlamda işletmenin çalışan çeşitliliğini savunduğu ve önem verdiği görülmektedir.

"Çevresel Sürdürülebilirlik" alt başlığında iklim değişikliği, su ve elektrik tüketimi, çevre koruma, karbon gazı emisyonunu azaltma, atık kontrolü gibi çevresel konularda işletmenin aldığı önlemler ve gerçekleştirdiği projeler bulunmaktadır. Çevre ile ilgili konularda, işletmenin kendi geliştirdiği IHG GreenEngage sistemi kullanılarak 15.324 yeşil çözüm uygulandığı bildirilmiştir. Yeşil çözümler, işletme tarafından "sürdürülebilir otelleri inşa etmek ve işletmek amacıyla mülk üzerinde uygulayabilecekleri eylem öğeleri" olarak tanımlanmaktadır. Bu eylem

ögeleri; enerji, su ve atıkları azaltmayı, karbon emisyonlarını azaltmayı, misafir sağlığını ve konforunu arttırmayı ve işletme bakım maliyetlerini azaltmayı amaçlayan tasarım, işletme ve teknolojileri kapsamaktadır. Ayrıca IHG GreenEngage sistemine eklenen karbon hesap makinası sayesinde, otellerdeki karbon miktarının düzenli aralıklarla ölçüldüğü ve çevre üzerindeki etkilerinin en aza indirgenmesi için çalışmalar yapıldığı vurgulanmıştır. Ek olarak IHG, yeşil binaların tasarımı, inşası ve işletilmesi için önde gelen programlardan biri olan LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) tarafından yeni ve mevcut binaların ön sertifikasyonu için onaylanan ilk konaklama işletmesi olduğunu beyan etmiştir.

İşletme, tesislerinde yalnızca su tasarrufu teknolojileri ve süreçlerine yönelik 30'a yakın yeşil çözüm önerisi geliştirildiği bildirmektedir. İşletme içinde su tüketiminin %40'ını duşların, tuvaletlerin, muslukların ve mutfakların oluşturduğu belirlenmiş ve bu bağlamda su tüketimini azaltmak için düşük akışlı musluklar, tuvaletler ve duş başlıklarından yararlanıldığı vurgulanmıştır. Ayrıca işletmenin, sürdürülebilir su yönetimi konusunda çalışmalar yapan ve küresel bir ağ olan "Su Ayak İzi Ağı" ile faaliyetler gerçekleştirdiği görülmektedir. Su ayak izi ağı, adil ve akıllı su kullanımını artırarak, dünyanın su krizlerini çözmek için işletmeler, kuruluşlar ve bireyler arasında işbirliği sağlayan bir platformdur (WFN, 2019). İşletme, kurduğu işbirliği sayesinde operasyonlarındaki su riskini yönetmek ve azaltmak için odabaşına düşen su kullanımını %12 oranında düşüren bir su yönetimi programı geliştirdiğini belirtmiştir. IHG GreenEngage sistemi aracılığıyla da otellerin hem yerinde hem de dışarıda atıkları nasıl kullanacaklarını, depolayacaklarını ve yok edeceklerini belirten bir atık yönetim planı oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra, mevsimsellikten yararlanılabilir içerikleri tercih ederek menü planlamasını yapıldığı belirtilmektedir. Bu bağlamda işletmenin yemek israfını azalttığı ve yiyecek atıklarını sürdürülebilir bir şekilde elden çıkararak gıda atığı konusunda özenli davrandığı düşünülmektedir. Ayrıca işletme, biyolojik çeşitliliğin korunması için faaliyetlerde bulunduğunu, yeşil alanların yönetimi ve yerel ortamların korunması için uzun vadeli stratejiler geliştirdiğini de raporda ifade etmiştir.

### **5.3.1.5. Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Shangri-La AsiaHotels and Resorts tarafından 2016 yılında kurumsal web sitesi üzerinden yayımlanan "Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi" ana başlıklı raporu, "İnsan Hakları, Kurumsal Satın Alma Politikası, İşgücü İlkeleri, Çevre İlkeleri, Yolsuzlukla Mücadele İlkeleri ve Özet" olmak üzere altı alt başlıktan ve 18 sayfadan oluşmaktadır. Raporun ilk sayfasında yönetici vekili tarafından hazırlanmış olan, işletmenin

sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk politikasına olan bağlılığının ifade edildiği ve gerçekleştirdiği bazı faaliyetlerin bildirildiği bölüm yer almaktadır.

“İnsan Hakları” alt başlığı altında işletmenin insan haklarını desteklemeyi ve faaliyetlerinde insan hakları ihlali yapmamayı ilke olarak benimsediği bildirilmiştir. Shangri-La Asia Hotels and Resorts tarafından insan hakları, çeşitlilik, eşitlik ve fırsat eşitliği konuları çerçevesinde oluşturulan davranış kurallarının tüm paydaşlarla olan etkileşimlerde kılavuz olarak kabul edildiği gözlemlenmiştir. İnsan hakları konusunda çalışanların güncel kalabilmesi için düzenli aralıklarla eğitimler verildiği, sosyal sorumluluk projeleri sayesinde toplumda yaşanan bazı insan hakları sorunlarına çözüm üretildiği belirtilmiştir. Çalışanlar ve topluma yönelik faaliyetler dışında, işletme paydaşlarından olan tedarikçilerle ilişkilerin insan hakları, sağlık ve güvenlik, çevresel etkiler, etik ve yönetim alanlarında standartlarını belirleyen tedarikçi davranış kurallarının oluşturulduğu saptanmıştır.

“Kurumsal Satın Alma Politikası” alt başlığı altında işletme satın alma bölümü ile tedarikçileri arasında gıda, temizlik malzemeleri ve otel mobilyaları gibi ürünlerin tedarikinin sağlık, güvenlik, çevresel etkiler çerçevesinde gerçekleşmesi için sözleşmeler yapıldığı vurgusu dikkat çekmektedir. Tedarikçi davranış kurallarına eklenen bu sözleşmeler, BM Küresel İlkeler Sözleşmesi ile paralellik göstermekte ve aynı zamanda tedarikçi haklarının korunmasını da sağlamaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilir mal ve hizmet sunma bağlamında tedarikçilerin tedarikçi davranış kurallarına uygunluğunu denetlemek için bağımsız bir şirket ile çalışıldığı ifade edilmektedir. 2016 yılında 76 otel ve tedarikçilerinin katıldığı, tedarikçi davranış kuralları denetimi konusunda bir eğitim oturumu gerçekleştirildiği bulgular arasında yer almaktadır. Ayrıca satın alma bölümü çalışanlarının tedarikçiler için verdiği kararlarda, çevre ve insan faktörlerini göz önünde bulundurabilmeleri için Sorumlu Satın Alma Programı'nın 2012 yılından bu zamana kadar kullanıldığı bildirilmiştir. Program aracılığı ile kâğıt ve kart ürünleri, kimyasallar ve böcek ilaçları gibi malzemelerin tedariki sırasında çevre dostu seçimler yapıldığı ifade edilmiştir. Ek olarak yerel ve bölgesel kaynak kullanımının artırılması ve atığın azaltılması için çalışmalar yapıldığı belirtilmiştir. Bunların yanı sıra işletmenin 2014 yılında kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda mutfak alanında sosyal sorumluluğu artırmak için girişimde bulunduğu ve “Doğada Köklü” adını verdikleri bir program oluşturulduğu vurgulanmıştır. Program bağlamında işletmenin büyük ölçekli üreticilerden temiz ve kaliteli gıda üreten küçük ölçekli üreticilerin tercih edilmesi, hayvan refahını koruyan çiftçiler, balıkçılar, kasaplar, fırınlardan tedarikin sağlanması, yerel yemek geleneklerine daha çok yer verilmesi gibi maddelere odaklandığı gözlemlenmiştir. Ayrıca işletme sürdürülebilir deniz ürünlerinin kullanımı için sertifikalı işletmeler ile çalıştığını ve halkı konu ile ilgili bilgilendirmek adına projeler yürüttüğünü ifade etmiştir.

“İşgücü İlkeleri” alt başlığında; eşit istihdam, çocuk işçi çalıştırma, ayrımcılıkla mücadele, insan kaçakçılığı, iş sağlığı ve güvenliği, çalışan refahını artırma, eğitim ve gelişim fırsatları gibi konular çerçevesinde gerçekleştirilen faaliyetlere yer verilmiştir. Başlık altında ayrıca cinsiyet, medeni durum, hamilelik, ırk, din, engellilik gibi durumlar ile ilgili ayrımcılık yapmadan her bireye eşit istihdam fırsatı sağlandığı belirtilmiştir. Yine işletme bünyesinde çalışanları ilgilendiren her konuda insan hakları temelinde yaklaşıldığı, etik kuralların dikkate alındığı ve çalışma politikalarının yasalara uygun olduğu bildirilmiştir. Bunun yanı sıra tüm çalışanlar için örgütlenme özgürlüğü hakkının korunduğu, otellerde bu faaliyetlerin organizasyonuna yerel mevzuata, kültüre ve işyeri şartlarına bağlı olarak izin verildiği belirtilmiştir. Özellikle çocuk işçi çalıştırma konusu bağlamında, faaliyet ülkesinde yer alan yerel yasa ve düzenlemelere uyulduğu, sadece yerel yasaların uygun gördüğü otellerin staj programlarında 18 yaşın altındaki gençleri istihdam ettiği vurgulanmıştır. Çalışanlara güvenli bir ortam sunmak için 2016 yılında 58 otelin sertifika aldığı ve sertifikaya sahip otellerde sağlık ve güvenlik komiteleri kurulduğu ifade edilmiş ve yine 2016 yılında çalışanları sağlıklı yaşam tarzına teşvik etmek için projelerin hayata geçirildiği, zor dönemlerden geçen çalışanlara destek sağlamak için danışmanlık hizmeti sunulduğu ifade edilmiştir. 2004 yılında, istihdam edilebilirlik ve yenilikçiliğe odaklanarak çalışanlara eğitim sunmak üzere kurulan Shangri-La Küresel Akademisi sayesinde, 2016 yılında, 2.067 çalışanın liderlik gelişiminden teknik eğitime kadar 32 farklı alanda eğitim verildiği belirtilmiştir.

“Çevre İlkeleri” alt başlığında işletmenin çevre ile ilgili problemlere bakış açısı, bu alandaki sorumluluğu ve gerçekleştirdiği faaliyetler ile çevre dostu teknolojilerin gelişimi ve yaygınlaşması için çalışmaları bildirilmiştir. Bu bağlamda işletmenin çevresel etkilerinin yönetimini ölçmek için 2016 yılında 61 otelin sertifika aldığı açıklanmıştır. Ayrıca 2016 yılında 85 otelin su, enerji ve sera gazı emisyonları yoğunluğunun 2012, 2013, 2014, 2015 yıllarına göre azalma oranları grafikler aracılığı ile paylaşılmıştır. 2015 yılı temel alındığında, su tüketimi yoğunluğunun 38 otelde %3 oranında azaldığı görülmüştür. İşletmenin 2016 yılındaki sera gazı emisyonu ve enerji tüketimi oranları bir önceki yıl baz alınarak incelendiğinde, sera gazı emisyonunda 51 otelde %3 oranında, enerji tüketiminin ise %1 oranında azaldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca iklim değişikliği ile mücadele için Çin’de faaliyet gösteren 6 otelde karbon emisyonu ticareti gerçekleştirildiği ve yıl boyunca 5.510,45 tona eşit karbon ofseti satın alındığı belirtilmiştir. Yine bu başlık altında işletmenin atık yönetimine yer verildiği görülmektedir. Gıda atığı dahil olmak üzere malzeme kullanımı ile israfı azaltmak ve geri dönüşümü artırma politikasını benimseyen Shangri-La AsiaHotelsand Resorts, yeni geri dönüşüm yolları için çalışmalar gerçekleştirdiğini bildirmiştir. Misafirlerin kullandığı sabunların geri dönüşümü için başlatılan “Umut İçin Sabun” projesinin 10 ülkede 22 otelde uygulandığı ve bu bağlamda 192 tondan fazla sabunun atık olmaktan kurtarıldığı ifade edilmiştir. Ek olarak



biyolojik çeşitliliğin korunması için 8 yıldır resif bakımı, kaplumbağa ve panda bakımı, sulak alanların korunması gibi konularda sivil toplum örgütleri ve akademik kuruluşlar ile iş birlikleri yapıldığı ve faaliyetler gerçekleştirildiği bildirilmiştir. Ayrıca 2016 yılında 16 otelde nesli tükenmekte olan türlerin yaşam alanlarının korunmasına odaklanan projeler uygulandığı vurgulanmıştır.

“Yolsuzlukla Mücadele İlkeleri” alt başlığı altında işletmenin rüşvet ve yolsuzluk karşısında benimsediği politika açıklanmıştır. Bu bağlamda her konuda etik ve yönetim standartları doğrultusunda hareket edildiği ve yolsuzluk ve rüşvet olaylarına sıfır tolerans politikası ile yaklaşıldığı bildirilmiştir.

“Özet” alt başlığı altında Shangri-La Asia Hotels and Resorts’un sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin, çevre, yönetim, toplum ve çalışanlar başlıklarına ayrılmış şekilde tablolaştırıldığı ve paydaşlara sunulduğu gözlemlenmiştir. Tablo incelendiğinde “Çevremiz” bölümünün iklim değişikliği ve sera gazı emisyonları, su, atık, biyoçeşitlilik ve koruma, “İşimiz” bölümünün kurumsal tedarik, misafir katılımı, misafir güvenliği ve güvenliği, sürdürülebilir seçim, “İnsanlarımız” bölümünün istihdam uygulamaları, eğitim ve geliştirme, iş sağlığı ve güvenliği, çalışan refahı, “Toplum” bölümünün ise toplum geliştirme, afet yardımı ve rehabilitasyon, gönüllü faaliyetler maddeleri altında sınıflandırıldığı saptanmıştır.

#### **5.3.1.6. Wyndham Hotels and Resorts’un 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Wyndham Hotels and Resorts’un kurumsal web sitesi üzerinden erişilen “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” başlıklı raporu, “Yönetici Tabloları ve Genel Bakış, Strateji ve Yönetim, Önem ve Etkileşim, Gezegen- Doğal Sermayeyi Koruma, İnsanlar- İnsan Sermayesinin Geliştirilmesi, Yerler-Daha İyi Toplumlar Oluşturma, Performans, İçerik Endeksleri ve Güvencesi” olmak üzere 8 alt başlıktan ve 82 sayfadan oluşmaktadır.

“Yönetici Tabloları ve Genel Bakış” alt başlığında, öncelikle işletmenin yönetim kurulu başkanı tarafından hazırlanan ve işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımını her alanda benimsediği ifadesine vurgu yapıldığı gözlemlenen bir sayfa yer almaktadır. Sayfada bu bağlamda gerçekleştirilen faaliyetlerin ve elde edilen başarıların kısa bir özeti bulunmaktadır. Ardından genel müdür yardımcısı ve insan hakları sorumlusu ile sosyal sorumluluk görevlisi olmak üzere 2 işletme yetkilisinin sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluğa bakış açıları paylaşılmıştır. Ek olarak kurumsal sosyal sorumluluk raporu ile ilgili genel bir bilgi verilerek işletme tarafından yayımlanan altıncı kurumsal sosyal sorumluluk raporu olduğu ve insan, gezegen ve yer olmak üzere üç temel alanı kapsadığı bildirilmiştir. Raporun Küresel Raporlama

Girişimi'ne uygun olarak ve BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri çerçevesinde hazırlandığı ifade edilmiştir.

“Strateji ve Yönetim” alt başlığında, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk stratejisi bildirilmektedir. İşletmede sorumluluk faaliyetlerinin üç ana alan altında toplandığı gözlemlenmiştir. İşletme, belirlediği üç etki alanı ile ilgili hedefler oluşturmuştur. Çeşitlilik konusunda %13,3 harcama oranı ile Diversity Inc. kuruluşu tarafından ülkedeki çeşitlilik ile ilgili çalışma yapan ilk 24 şirketten biri olarak kabul edildiği bildirilmiştir. İşletme, 2010'dan bu yana karbon salınımında %33 ve su tüketiminde %20 oranında azalma sağladığını ifade etmiştir. Ayrıca insan haklarını korumak için iş birlikleri gerçekleştirdiğini ve hayırseverlik faaliyetlerinde bulunduğunu vurgulamıştır. Bunların yanı sıra bu başlıkta yönetim kurulunun kurumsal yönetim komitesi vasıtasıyla, kurumsal sosyal sorumluluk programlarının performans ve uyumunu gözettiği ve güncellediği belirtilmiştir.

“Önem ve Etkileşim” alt başlığında, işletmenin elliden fazla paydaşla anket ve görüşme yolu ile topladığı veriler doğrultusunda çevresel, sosyal ve ekonomik önemlilik matrisinin oluşturulduğu görülmüştür. Matris incelendiğinde belirlenen 24 madde içinden güvenlik, kamu sağlığı da dahil olmak üzere uzun vadeli ekonomik eğilimler, iş etiği ve uygunluk, veri gizliliği ve siber güvenlik, insan kaynakları ve personel geliştirme olmak üzere 5 tanesinin öncelikli konu olarak belirlendiği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk odak alanlarının ve hedeflerinin belirtildiği tabloya başlık altından erişim sağlanabilmektedir. Tablo incelendiğinde, çevre ve sürdürülebilirlik, toplum ve hayırseverlik, çeşitlilik ve katılım, etik ve insan hakları, sağlık ve güvenlik alanlarının kurumsal sosyal sorumluluk odak alanı olarak belirlendiği görülmüştür. Ayrıca önemlilik ilkelerini BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri çerçevesinde uygulayarak, amaçlara yönelik eylemlerin sıralandığı bir tablo sunulmuştur. Tabloya bakıldığında toplam 17 hedef içinden, yoksulluğa son, açlığa son, sağlıklı bireyler, nitelikli eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği, temiz su ve sıhhi koşullar, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, iklim eylemi, karasal yaşam, hedefler için ortaklıklar olmak üzere 10tanesine öncelik tanındığı belirtilmiştir. Belirlenen dokuz madde bağlamında gerçekleştirilen faaliyetler ve süreçteki ilerlemenin ölçüm biçimleri yine tablo üzerinde verilmiştir. İşletmenin paydaş katılımı hakkında oluşturduğu şemaya erişim bu başlık altından sağlanmaktadır. İşletme paydaşlarından iş ortakları, hissedarlar, tedarikçiler, toplum, franchise sahipleri, devre mülk sahipleri, misafirler ve küresel ortaklıklar bağlamında oluşturulan kurumsal sosyal sorumluluk hedeflerinden ve paralelinde gerçekleştirilen faaliyetlerden meydana gelen 8 ayrı tablo olduğu dikkat çekmektedir. Bölümde son olarak işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirirken kurduğu küresel iş birlikleri ile bilgiler sunulmuştur.

“Gezegen -Doğal Sermayeyi Koruma” alt başlığında, 2006 yılında oluşturulan ve işletme genelinde sürdürülebilirliğe odaklanan WyndhamGreen programı ile yenilikçi sürdürülebilir

uygulamaları için çalışmalar ve yatırımlar yapıldığı ifade edilmiştir. WyndhamGreen, enerji vesu tasarrufu, geri dönüşüm ve yeniden kullanım, eğitim, toplum ve yenilik olmak üzere altı ana odak alan etrafında çözümler geliştirerek işletmenin olumsuz çevresel etkisini sürekli olarak azaltmayı hedeflediğini vurgulamıştır. Bu bağlamda enerji ve emisyon, su, atık olmak üzere üç alandaki hedefler, ilerlemeler, stratejiler, dönüm noktaları ve mücadele ile fırsatlar tablo halinde verilmiştir. Tablo incelendiğinde 2010 yılı baz alınarak 2025 yılında sera gazı emisyonlarında %40, su tüketiminde %25 ve atık azaltımında %40 düşüşün hedeflendiği bildirilmiştir. Yenilebilir enerji yatırımları, peyzaj yönetimi, kağıt geri dönüşüm programları ve bağışlar, belirlenen üç alandaki stratejilerden birkaçı olarak ifade edilmiştir.

Wyndham Hotels and Resorts tarafından 2010 yılında dünya çapında enerji, emisyon, su ve atık performansını yönetmek için geliştirilmiş, tescilli bir çevrimiçi çevre yönetim sistemi olan Wyndham Green Toolbox'ı 2016 yılında, performansı ve kullanıcı deneyimini zenginleştirmek, bilgiyi daha ilgi çekici ve daha kolay anlayabilecek şekilde güncellediğini belirtmiştir. GreenToolbox'ın oluşturduğu grafikler incelendiğinde karbon ve su tüketiminin 2012 yılından beri düzenli şekilde azaldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca enerji ve su maliyeti tasarrufu grafiğine bakıldığında, 2010 yılında 4 milyon dolar olan rakamın, 2016 yılında 81.50 milyon dolara yükseldiği dikkat çekmektedir. Wyndham Hotels and Resorts, enerji verimliliğini artırmak ve maliyet tasarrufu sağlamak için lambalarda enerji tasarruflu aydınlatma seçeneklerini tercih etme, programlanabilir termostatların kurulumu, düşük akışlı havalandırıcılar gibi önlemler aldığını raporda vurgulamıştır. İşletme, güneş enerjisinden yararlanmak için gerçekleştirdiği proje bağlamında 2016 yılında 2.684.000 kwh alternatif enerji üretildiğini belirtmiştir. Enerjinin dışında işletmenin suyu korumak ve verimliliği artırmak içinde düşük akışlı duş başlıkları ve musluk havalandırıcıları kullanımı, düşük su akışlı tuvaletler ve pisuarlar dahil olmak üzere birçok su koruma programını uyguladığı ifade edilmiştir. Tesislerden bazılarında geri dönüşüm ve yeniden kullanım yoluyla suyun korunmasına yardımcı olmak için 23.650 litreye yakın yağmur suyunun toplandığı ve çamaşırlar için kullanıldığı dikkat çeken bulgular arasında yer almaktadır.

İşletme atık azaltma hedefini, en iyi uygulamaları geliştirmek, yeniden kullanmak, başlatmak ve geri dönüştürmek için iş birlikleri gerçekleştirmek olarak ifade etmektedir. İşletme, 2009 yılından beri 100 milyondan fazla geri dönüştürülmüş sabun ve hijyen ürünlerinin, kolera gibi hastalıklar nedeniyle yüksek ölüm oranına sahip ülkelerdeki ailelere dağıtıldığını belirtmiştir. 2016 yılında ise 13.666 atığın toplandığı, 45.375 sabunun geri dönüştürülerek üretildiği ve 3.873 plastik geri dönüşümünün gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. Ek olarak kağıt geri dönüşümünün sağlanması bağlamında yapılan işbirliği ile yok edilen tüm belgelerin güvenli bir şekilde parçalandıktan sonra tekrar kağıt ürünlere dönüştürüldüğü bildirilmiştir. Yine proje kapsamında 2016 yılında 14.411 ağacın kurtarıldığı vurgulanmıştır.

Geri dönüşümün yanı sıra işletme tarafından başlatılan çevrimiçi sürdürülebilirlik eğitimi programı sayesinde çalışanlara günlük işlerini sürdürülebilirlik bilinci ile gerçekleştirmelerinin sağlandığı belirtilmiştir. Otel sahipleri ve yöneticileri için de sürdürülebilirliği konu alan eğitimlerin verildiği ifade edilmiştir. Wyndham Hotels and Resorts'un 2016 yılında, kurumsal sosyal sorumluluk programı kapsamında sürdürülebilirliği destekleyen bir eğitim kampanyası başlattığı ve ekim ayının belirli bir gününde sokak temizliği, çiçek ekimi, evsiz insanlara yiyecek başışı gibi faaliyetlerin gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. Ayrıca çalışanları ve toplumu olumlu etkileyen sürdürülebilir tesisler kullanmak için bazı binaların konuyla ilgili sertifikaları aldığı belirtilmiştir.

Bunların dışında Wyndham Hotels and Resorts, raporda; biyolojik çeşitliliği korumak ve hem doğrudan hem de dolaylı olarak çevresel etkileri azaltmak için politikalar belirlediğini ve kuruluşlar ile iş birliği yaptığını bildirmiştir. Bu bağlamda işletme, iş için seyahat eden misafirlerin çevre ayak izini azaltmak için faaliyetler gerçekleştirmiştir. Yine 2016 yılında havayolu şirketlerinin kurumsal müşterilerinin iş seyahati ile ilgili karbon emisyonlarını azaltmak için United Airlines ile olan iş birliğinin sürdürüldüğü ifade edilmiştir. Bu program bağlamında 2016 yılında iş seyahati ile ilgili emisyonların 2010 yılı temel alındığında % 39 düşüş gösterdiği ifade edilmiştir.

"İnsanlar -İnsan Sermayesinin Geliştirilmesi" alt başlığında, işletmenin çalışanlar ve toplum refahı için gerçekleştirdiği faaliyetler yer almaktadır. İşletmede çalışan talepleri doğrultusunda eğitim bursları, liderlik programları, mentorlük eğitimi, çevrim içi eğitimler, iletişim becerileri kursları gibi birçok fırsatın sunulduğu gözlemlenmiştir. Wyndham Hotels and Resorts'un 2016 yılında öğrenim harcamasına bir milyon dolarlık yatırım yaptığı ifade edilmektedir. Ayrıca işletmenin ayrımcılık ile mücadele adına farklı kuruluşlarla iş birliği yaptığı ve çalışan, tedarikçi, işletme ortağı gibi paydaşlar da dahil olmak üzere etkileşim içinde olduğu tüm insanlarda çeşitliliği barındırdığı ve savunduğu vurgusu dikkat çekmektedir. İşletmenin, gaziler, Latinler, Afrikalı-Amerikalılar, kadınlar, LGBT topluluğu, engelli insanlar da dahil olmak üzere oldukça gelişmiş bir tedarikçi çeşitliliği programına sahip olduğu saptanmıştır. Ek olarak kadınların, gazilerin ve azınlıkların eğitim, gelişim ve istihdamları için programlar geliştirildiği gözlemlenmiştir. İşletmenin çeşitlilik alanında almış olduğu ödüllere bu bölümden erişilebilmektedir. Wyndham Hotels and Resorts'da çalışanların sağlıklarına katkı sağlamak için kurulan Be Well programıyla, sağlıklı yaşam kültürünü desteklemek adına tesis içinde egzersiz fırsatları, yaşam tarzı yönetimi, fiziksel ve duygusal sağlık, finansal sağlık, çalışan ailelerine destek gibi konularda hizmet verildiği vurgulanmaktadır. İşletme tarafından yapılan hayırseverlik faaliyetleri Wyndham Worldwide Yardım Kuruluşu aracılığıyla topluma yansıtılmaktadır. Kuruluş aracılığı ile 2016 yılında, dünya genelinde 250.000'den fazla öğrenciye eğitim alanında yardım sağlandığı ve yıl içinde toplam 6.396.218 dolarlık bağış yapıldığı ifade

edilmektedir. Christel House ile yapılan işbirliği sayesinde, yoksul çocuklara sağlık bakımı, eğitim fırsatları, işe yerleştirme yardımı ve toplum destek programları sunulduğu ve yıl içinde program bağlamında 4623 öğrenciye ulaşıldığı vurgulanmıştır. 2016 yılında işletmenin toplum refahı adına farklı alanlarda gerçekleştirdiği 15 işbirliğine yine bu bölüm altından erişilebilmektedir.

“Yerler-Daha İyi Toplumlar Oluşturma” alt başlığı altında işletmenin yasal yükümlülükler, etik ve iş davranışlarıyla ilgili belirlediği standartlar açıklanmıştır. Tüm paydaşlar için geçerli olan etik kurallarının oluşturulduğu ve ABD merkezli tesislerde etik eğitim programına %76 oranında katılım sağlandığı gözlemlenmiştir. İşletmenin insan hakları programının zaman çizelgesi biçiminde sunulduğu ve çizelge incelendiğinde İnsan Hakları Politikası Bildiriminin 2007 yılında kabul edilip yayımlandığı ve çocuk işçi çalıştırma, çocuk istismarı, insan kaçakçılığı ile mücadele gibi alanlarda birçok kuruluşla işbirliği yapıldığı ve eğitimler verildiği gözlemlenmiştir. 2016 yılında yapılan iş birlikleri bağlamında 25.000’den fazla otelde kullanılan insan kaçakçılığı videosunun hazırlandığı ifade edilmiştir. İşletmenin risk yönetimi politikası, müşteri memnuniyetini izleme programı, veri gizliliğini koruma politikası, iş ortaklarının korunma politikası, güvenlik standartları ve prosedürlerine bu alt başlık altından erişim sağlanmaktadır. Ayrıca sürdürülebilir mal ve hizmet seçenekleri sunmak ve karbon ayak izini azaltıcı sorumlu tedarik faaliyetleri üzerinde durulduğu görülmüştür. Tesislerde kullanılan mobilyaların geri dönüşüme uygun tasarlandığı, elektrikli aletlerin ise enerji tasarrufu sağlayan türler içinden seçildiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte otellerde sürdürülebilir yiyecek ve içecek programları uygulandığı, organik ve yerel kaynaklı içeriklerin özellikle tercih edildiği vurgulanmıştır.

“Performans” alt başlığında ise işletmenin gerçekleştirdiği sorumluluklar bağlamında farklı kuruluşlardan aldığı ödüllere yer verildiği görülmektedir. 2013-2016 yılları arasında işletmenin, Wyndham Otel Grubu başlığı altında 13, Wyndham Hedef Ağı başlığı altında 15, Wyndham Tatil Sahipliği başlığı altında 7 ve WyndhamWorldwide başlığı altında 17 ödül aldığı gözlemlenmiştir. Ek olarak bu alt başlıkta, işletmenin GRI raporlaması performansı tablolar üzerinden sunulmuştur.

Brands Finance tarafından yayımlanan listede 9. Sırada yer alan Ramada Worldwide Inc., 2006 yılından beri Wyndham Hotels and Resorts bünyesinde faaliyet göstermektedir. 65 ülkede 850 otel ile hizmet veren Ramada Worldwide Inc. kurumsal web sitesi arandığında, Wyndham Hotels and Resorts’un kurumsal web sitesi üzerinden erişimin sağlanabildiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda Wyndham Hotels and Resorts’un sitesinde yer alan tüm sorumluluk faaliyetleri ve raporlarının, Ramada Worldwide Inc. dahil olmak üzere bünyesinde barınan 19 işletmenin faaliyetlerini de kapsadığı kabul edilmiştir.

### **5.3.1.7. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılı Analiz Bulgularının Genel Değerlendirmesi**

Araştırmada, analize dahil edilen konaklama işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirme sıklığına göre belirlenen kodlardan temalar tanımlanmıştır. Belirlenen beş tema altındaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, 2016 yılında konaklama işletmelerindeki varlığı ya da yokluğu Tablo 10'daki işaretlemelerle sunulmaya çalışılmıştır.



**Tablo 10.**Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2016 yılında Gerçekleştirdiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE								TOPLUM							ÇALIŞANLAR							ETİK UYG.					SEKTÖR				%			
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	W	Q	X		α	β	
1.Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96
2.Marriott	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96
3.Hyatt	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+		+			+	+		+	+	+	+	+	78.78	
4.Holiday Inn	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93.93	
5.Courtyard	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96	
6.Shangri-La	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	78.78	
7.Wyndham	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	90.90	
8.Sheraton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96	
9.Ramada	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	90.90	
10.Hampton by Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96.96	

Tabloda; A:Enerji tasarrufunu, B:Su tasarrufunu, C:Atık yönetimini, Ç:Geri Dönüşümü, D:İklim değişikliğini, E:Emisyon azaltmayı, F:Çevre dostu tesisleri, G:Kültürel mirası korumayı, H:Eğitime desteği, I:İşsizlikle mücadeleyi, İ:Ulusal refaha desteği, J:Yerel refaha desteği, K:Sanata desteği, L:Doğal afetle mücadeleyi, M:Vakıfları, N:Bağışları, O:Adil ve eşit fırsatları, Ö:Mesleki gelişime desteği, P:Kişisel gelişime desteği, R:Tazminat ve ödülleri, S:Çalışan yardım programını, Ş:Çalışan çeşitliliğini, T:Çalışan sağlığını, U:Sorumlu kaynak kullanımını, Ü:Yerel kaynak kullanımını, V:Davranış kodunu, Y:İnsan haklarını, Z:Kaçakçılıkla mücadeleyi, W:Hayvan refahını, Q:Hissedar ilişkilerini, X:Tedarikçi ilişkilerini, α:Misafir ilişkilerini, β:Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini ifade etmektedir.

Tablo 10 incelendiğinde, “Çevre” teması altında işletmelerin faaliyet gösterdiği çevreyi korumak, faaliyetlerinden kaynaklanan çevresel hasarı azaltmak ve çevre gelişimine katkıda bulunmak için gerçekleştirilen uygulamaların bildirildiği görülmektedir. Marka değeri en yüksek on konaklama işletmesinin 2016 yılında “Çevre” teması altında oluşturulan kodlardan ikisi dışında (kültürel mirası koruma, çevre dostu binalar) hepsine katılım gösterdiği görülmektedir. İşletmeler tarafından en az raporlanan faaliyetin “kültürel mirası koruma” olduğu saptanmıştır. Hilton Hotels Corporation ile Marriott International Inc.’nin bünyelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin “Çevre” teması altındaki bütün kodlarla ilgili sosyal sorumluluk faaliyetlerini kurumsal sosyal sorumluluk raporları üzerinden bildirdikleri gözlemlenmiştir. Shangri-La Asia Hotels and Resorts dışındaki tüm işletmelerin “Çevre Dostu Binalar” kodu bağlamında gerçekleştirdikleri faaliyetleri raporladıkları görülmektedir. Ayrıca “Çevre” teması altında gerçekleştirilen faaliyetlerle ilgili en az bilgi sunan konaklama işletmesinin Shangri-La Asia Hotels and Resorts olduğu tespit edilmiştir.

“Toplum” teması altında, analize dahil marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinde toplumun tüm paydaşlarının refah seviyesini yükseltmek için gerçekleştirilen faaliyetlerin belirtildiği görülmüştür. Bu kapsamda işletmelerin tamamının “Eğitime Destek”, “İşsizlikle Mücadele”, “Ulusal Refaha Destek” ve “Yerel Refaha Destek” kodları bağlamında sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri ve raporladıkları saptanmıştır. Buna karşın 2016 yılına ait kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında hiçbir işletme “Sanata Destek” kodu altında bilgi sunmamıştır. İşletmelerin “Toplum” teması altında belirlenen kodlara sıklıkla katılım sağladığı görülmekle birlikte Shangri-La Asia Hotels and Resorts, söz konusu tema altında oluşturulan 8 kod içinden 5 tanesi ile ilgili faaliyetlerini raporlayarak en az katılım sağlayan konaklama işletmesi olmuştur. Ayrıca Shangri-La AsiaHotelsand Resorts dışındaki tüm işletmelerin,



belirledikleri alanlarda bağış yaptıkları saptanmıştır. Yine Shangri-La Asia Hotels and Resorts dışındaki 9 konaklama işletmesinin kendi bünyesinde bir vakıf kurduğu ve sosyal yardımlarda bulunduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 10 incelendiğinde, “Çalışanlar” teması altında işletmeler tarafından çalışan refahını artırmaya yönelik gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği görülmektedir. Analize dahil edilen on konaklama işletmesinin “Tazminat ve Ödüller” ve “Çalışan Sağlığı” dışındaki tüm kodlarla ilgili faaliyetlerini raporlarında belirttiği gözlemlenmiştir. Ayrıca analiz dahilindeki marka değeri en yüksek on konaklama işletmesinin 2016 kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında, “Çalışan Çeşitliliği” kodunu içeren ifadelerin yer aldığı belirlenmiştir. Bu bulgu işletmelerin çalışanlarına dil, din, ırk, cinsiyet ve cinsel yönelim gibi konularda ayrımcılık göstermediğini desteklemektedir. “Çalışanlar” teması altında oluşturulan 7 kod içinden 5 tanesi ile ilgili faaliyet bilgisi sunan HYATT Hotels Corporation, en az katılım sağlayan konaklama işletmesi olmuştur.

“Etik Uygulamalar” teması, işletmelerin ahlaki ve kültürel değerleri temel alarak paydaşları için gerçekleştirdikleri faaliyetlerden oluşmaktadır. Tema altında oluşturulan kodlar incelendiğinde, “Sorumlu Kaynak Kullanımı, Kaçakçılıkla Mücadele, İnsan Hakları” ile ilgili alanlara 2016 yılında tüm işletmeler tarafından katılım sağlandığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin faaliyet gösterdikleri alanlarda insan haklarını önemsedikleri düşünülmektedir. Ayrıca Wyndham Hotels and Resorts, HYATT Hotels Corporation ve Ramada Worldwide Inc. dışındaki konaklama işletmeleri, hayvan refahına katkı sağlamak için gerçekleştirdikleri faaliyetlere raporlarında yer verdikleri görülmüştür. Bununla birlikte tema içinde en az faaliyet belirtilen kodun ise “Hayvan Refahı” olduğu saptanmıştır. Tema altındaki kodlar bağlamında gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetlerine en az katılım gösteren işletmelerin Wyndham Hotels and Resorts, HYATT Hotels Corporation ve Ramada Worldwide Inc. olduğu tespit edilmiştir. Geri kalan 7 işletmenin ise eşit düzeyde bilgi sunduğu gözlemlenmiştir.

Oluşturulan tablodaki son tema olan “Sektör” teması altında, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2016 yılında hissedar, tedarikçi, misafir ilişkileri ve turizm sektöründeki işbirlikleri incelenmiştir. İnceleme sonucunda Shangri-La Asia Hotels and Resorts dışındaki tüm işletmelerin raporlarında, oluşturulan bütün kodlarla ilgili bilgi sağladığı görülmüştür. Shangri-La Asia Hotels and Resorts’un ise 2016 yılında yayımlanan kurumsal sosyal sorumluluk raporunda “Sektör İşbirliği” kodu bağlamında gerçekleştirdiği bir faaliyet tespit edilmemiştir.

Araştırmaya dahil edilen marka değeri en yüksek ilk on konaklama işletmesinin 2016 yılında yayımladıkları kurumsal sosyal sorumluluk raporları incelendiğinde işletmelerin “Çevre” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği

gözlemlenmiştir. Oluşturulan temalar altındaki 33 kod içinde en az sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodun “Sanata Destek” olduğu saptanmıştır. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2016 yılında yayımlanan kurumsal sosyal sorumluluk veya faaliyet raporlarının analizi bağlamında, en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmelerin Hilton Hotels Corporation ve Marriott International Inc. ile onların bünyelerinde çalışan işletmeler olduğu tespit edilmiştir. Yine analiz dahilindeki işletmelerin genel olarak birbirlerine yakın oranlarda faaliyetlerini bildirdikleri saptanmıştır. Bununla birlikte HYATT Hotels Corporation’un oluşturulan 33 kod içinden 26 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren konaklama işletmesi olduğu saptanmıştır.

### **5.3.2. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları**

Analize dahil edilen marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2017 yılında yayımlanan kurumsal raporlarından elde edilen bulgular içerik analizine tabi tutulmuş ve işletme bağlamında alt başlıklar altında açıklanmıştır. Daha sonra bu işletmelerin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile bu faaliyetleri kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında sunma şekilleri bağlamında oluşturulan kod ve temalar açısından hangi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bu işletmelerde bulunup bulunmadığı Tablo 11’de sunulan bir matrisle incelenmiştir.

#### **5.3.2.1. Hilton Hotels Corporation’ın 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Hilton Hotels Corporation’ın 2017 yılında yayımladığı “Kurumsal Sorumluluk” ana başlıklı raporu, “Yaklaşımımız, Değer Zincirimiz, Anahtar Kilometre Taşları, Kontrol ve Denetim, Paydaş Katılımı, Sosyal ve Çevresel Etki, Gençlik, Kapsayıcı Büyüme, İnsan Hakları, Toplum Yatırımı, Enerji ve Karbon, Su, Atık, Sorumlu Kaynak” olmak üzere 14 alt başlık ve 31 sayfadan oluşmaktadır.

“Yaklaşımımız” alt başlığı altında, Hilton Hotels Corporation’ın kurumsal sorumluluk stratejisi olan “Amaç ile Seyahat” hakkında bilgi verildiği saptanmıştır. İşletme “Amaç ile Seyahat” stratejisi sayesinde küresel hedeflere ulaşma hedefi ile yoksulluğa son vermek, gezegeni korumak ve refahı sağlamak için çalıştığını bildirmiştir. “Değer Zincirimiz” alt başlığı altında sosyal ve çevresel alanlarda gerçekleştirdiği projelerle yarattığı değişim çabasına yer verildiği gözlemlenmiştir. “Anahtar Kilometre Taşları” başlığı altında işletmenin yıl içindeki başarıları sayısal verilerle ifade edilmiştir. Forbes ve JUST Capital tarafından kendi sektörü

içinde Amerika Birleşik Devletleri'nin en büyük işletmeleri sıralamasında birinci seçilmesi, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü 2017 Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kalkınma Ortağı olması ve ilk kez Dow Jones sürdürülebilirlik endeksine girmeyi başarması dikkat çeken bulgular arasında yer almaktadır.

“Kontrol ve Denetim” alt başlığında işletmenin sahip olduğu sertifikalar sunulmaktadır. Ayrıca işletmenin sosyal ve çevresel etkilerini ölçmek için kullandığı Lightstay sistemi ile ilgili çıktılar sunulduğu gözlemlenmiştir. “Paydaş Katılımı” alt başlığında, işletme paydaşlarının doğal afetler, eğitim, insan hakları, geri dönüşüm, doğayı koruma gibi konularda 2017 yılında katılım sağladığı projeler bildirilmiştir. “Sosyal ve Çevresel Etki” alt başlığında ise işletmenin toplum refahını yükseltmek için yürüttüğü projeleri içeren videolarının yayınlandığı görülmüştür.

Hilton Hotels Corporation, sürdürülebilir turizm adına yapılabilecek yatırımlar içindeki büyük payın gençlere yönelik olduğunu savunmaktadır. “Gençlik” başlığı altında işletmenin çeşitli ülkelerle birlikte gençlerin gelişimi için yaptığı işbirlikleri sunulmuştur. Çin’de 60 gençlik örgütünü desteklemek için “Çin Yoksullukla Mücadele Vakfı” ile beraber çalıştığı ve Fas’da Turizm Bakanlığı ile kurduğu ortaklık sayesinde 2.000 gence ulaştığı bildirilmiştir. Hindistan, Endonezya, Lübnan, Meksika ve Vietnam'daki 95 genç ile Gençlik Kariyer Girişimi yoluyla iletişim kurduğu ve onların hayatlarında iyileştirme sağladığı, ayrıca Myanmar’da Hilton Meslek Eğitim Merkezi'nden mezun olan öğrencilere, otellerde tam zamanlı iş fırsatı sunulduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra raporda Hilton Hotels Corporation’ın çalışanları da dahil olmak üzere 15.000 gencin eğitimine destek sağlandığı yer almaktadır.

“Kapsayıcı Büyüme” alt başlığı altında işletmenin kadınlara, engelli bireylere, azınlıklara, gazilere, mültecilere sunduğu işgücü fırsatları ve onlara yönelik hazırlanan projeler görülmektedir. Bu projeler kapsamında Hindistan, Etiyopya ve Yunanistan'da 67 kadın girişimci desteklenmiş ve Çin’de 130 engelli gence geri dönüşüm girişimlerinde teşvik sağlanmıştır. “İnsan Hakları” alt başlığı altında işletmenin insan haklarına saygılı davranmak için politikalarını, eğitim ve uygulamalarını sürekli olarak geliştirdiği vurgusu yapılmaktadır. “Toplum Yatırımı” başlığı altında sosyal ve çevresel projeleri desteklemek için 2017 yılında 397 bin dolarlık yatırım yapıldığı bildirilmiştir. Raporda California orman yangınları, Harvey, Maria ve Irma Kasırgaları ve Çin ile Meksika’da meydana gelen depremler, 2017 yılında Peru’da yaşanan sel felaketi dahil olmak üzere ve bugüne kadar birçok ülkede 20 felaket seferberliğini desteklemek için 3 milyon dolarlık yatırım yapıldığı bilgisine ulaşılmaktadır.

“Enerji ve Karbon”, “Su” ve “Atık” alt başlıkları altında işletmenin iklim değişikliği ile mücadele adına uyguladığı faaliyetler, gerçekleştirdiği iş birlikleri, dahil olduğu programlar ve aldığı sertifikalar bildirilmiştir. Ayrıca 2008’den bu yana sürdürülebilirlik adına çalışarak ve

LightStay programı aracılığıyla enerji tüketiminde %18,6, karbon salınımında %24,2, su tüketiminde %18,4 ve atık üretiminde %29,4 oranında düşüş elde edilerek 1 milyar dolarlık tasarruf sağlandığı görülmektedir. “Su” alt başlığı altında Hilton Hotels Corporation’na ait 2.700 otelde her yıkamada % 40 su tasarrufu ve % 50-75 enerji tasarrufu sağlayabilen düşük sıcaklıklı çamaşırhane teknolojileri kullanıldığı bilgisine ulaşılmaktadır. Ayrıca Hilton Hotels Corporation, çalışanlarına yönelik su farkındalığı eğitimi verebilmek için video sisteminden yararlandığını ifade etmektedir. “Atık” başlığı altında Mısır’daki otellerin % 100’ünde, kullanılmış yemeklik yağın biyodizele dönüştürülmesi ve Çin’de faaliyet gösteren tüm otellerde toplantılarda, etkinliklerde, spor salonlarında ve kaplıcalarda plastik şişe kullanımını ortadan kaldırarak yıllık 13 milyon atık şişe oluşumunun önüne geçilmesi dikkat çeken faaliyetler arasında yer almaktadır. Yiyecek atıklarını azaltmak adına 30 ülkede yasal olarak izin verilen yerel topluluklara 250.000 kilo yiyecek bağışlandığı erişilen bir başka bulgudur.

İşletme “Sorumlu Kaynak” başlığı altında sürdürülebilir kaynak kullanım uygulamalarını belirlemek, uygulamak ve ölçeklendirmek için Dünya Doğal Hayatı Fonu (World Wildlife Fund) ile iş birliği gerçekleştirdiğini bildirmiştir. Hilton Hotels Corporation’da, tedarik yönetimi çalışanlarının tamamına yeni başlatılmış olan sorumlu kaynak kullanımı üzerine e-öğrenim eğitimi ve 5 bin çalışana sürdürülebilir deniz ürünleri e-öğrenimi sağlandığı görülmüştür. Bununla birlikte tedarik zinciri aracılığıyla yerel tarımsal girişimcilerin pazar erişimini arttırmak için Seyşeller’deki Uluslararası Tarımsal Kalkınma Fonu ile ortaklık yapıldığı ifade edilmiştir.

2017 yılında yayımlanan kurumsal sorumluluk raporunun son bölümü “Hilton ve Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri” alt başlığı altında verilmiştir. Hilton Hotels Corporation bu başlık altında, faaliyet gösterdiği toplumlarda yerel çözümler üretmeye yardımcı olmak için, eylemlerini sürdürülebilir kalkınma hedeflerine uygun hale getirdiğini vurgulamakta ve raporun son bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk alanında gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlerini sürdürülebilir kalkınma hedefleri paralelinde bildirmiştir.

Brand Finance tarafından hazırlanan listede 10. sırada yer alan Hampton by Hilton’un, Hilton Worldwide markası olması bağlamında, analiz sırasında ilgili kurumsal sosyal sorumluluk rapor içerikleri her iki işletme için de değerlendirilmiştir.

### **5.3.2.2. Marriott International Inc.’nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Marriott International Inc.’nin 2017 yılında gerçekleştirdiği faaliyetleri kapsayan “Hizmet:360 Raporu” ana başlıklı kurumsal sosyal sorumluluk raporu 81 sayfadan oluşmaktadır. Rapor, “İcra Kurulu Başkanının Mesajı, Şirketlerimiz ve Ortaklarımız, Hizmet:360 Her Yönde

Doğruyu Yapmak, Dünyamızı Beslemek, Sorumluluk Etkinliklerinin Devamlılığı, Fırsatları Artırmak, Gelişmiş İnsan Haklarının Kabulü” alt başlıklarından oluşmaktadır.

“Hizmet:360 Her Yönde Doğruyu Yapmak” başlığı incelendiğinde, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini desteklemek için oluşturulan sürdürülebilirlik ve sosyal etki platformunun açıklandığı gözlemlenmiştir. Oluşturulan platform bağlamında çeşitlilik, insan hakları gibi belirlenen alanlarda kurulan liderlik ve danışma konseyleri ile komitelerin görevleri açıklanmıştır.

“Dünyamızı Beslemek” alt başlığında, işletmenin toplum refahını artırmaya yönelik faaliyetleri bildirilmektedir. Bu bağlamda işletmenin hem turizm sektöründeki hem de sektör dışındaki işletmelerle işbirlikleri gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir. 2017 yılında misafirlerin ve iş ortaklarının katkılarıyla çocuklar için 6,4 milyon dolardan fazla para toplandığı, yıl içindeki toplam bağış miktarının 50 milyon dolar olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca doğal afetler sonucunda oluşan hasarı gidermek için kurulan Marriott Afet Yardım Fonu sayesinde hem etkilenen işletme çalışanlarına hem de topluma nakit yardımı ve diğer ihtiyaç kalemlerinde destek sağlandığı ifade edilmiştir. Peru'daki sel baskınlarında oluşan hasarın azaltılması için 40.000 dolarlık bağışın yanı sıra, 2017'de Kaliforniya orman yangınları ve Meksika depremlerinden etkilenen topluluklara da yapılan yardımlar dikkat çekmektedir. Doğanın korunması ve ekosistemin geliştirilmesi için yağmur ormanlarını, mercan resiflerini, tatlı suyu ve sınırlı bir alanda yetişebilen mangrov ağaçlarını korumak bağlamında sürdürülebilir girişimler üzerinde çalışıldığı belirtilmiştir.

“Sorumluluk Etkinliklerinin Devamlılığı” alt başlığı altında işletmenin çevresel etkilerini ve riskini azaltmak için, sürdürülebilir oteller inşa edip işletmek adına paydaşlarla işbirliği içinde olduğu belirtilmektedir.2017 yılı itibariyle Marriott International'a ait 240 LEED sertifikalı tesisin olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca yine yıl içinde Hizmet:360'ın alt projesi olan “Uyarlanabilir Yeniden Kullanım Projesi” bağlamında 133 adet uyarlanabilir yeniden kullanım oteli tanımlandığı bildirilmiştir. Proje sayesinde eski bölgeleri yok edip, yeni malzemeler kullanarak yeniden inşa etmek yerine, mevcut arazi ve binaları restore ederek çevresel etkiyi azaltmak, kentsel yayılmayı önlemeye yardımcı olmak ve faaliyet gösterilen toplumun doğal yapısını korumak hedeflerinin belirlendiği ifade edilmiştir.

“Enerji ve Emisyon” başlığı altında, işletmenin enerji verimliliğini artırmak, emisyon seviyesini ve operasyonel ayak izini azaltmak için gerçekleştirdiği faaliyetler belirtilmiştir. Bu amaçla enerji verimliliğini artırma hedefi doğrultusunda 2017 yılında bazı tesislerde yeni güneş enerjisi sistemleri kurulduğu ifade edilmiştir. Yine işletmede karbon emisyonu seviyesinin 2016 yılına göre %8 oranında azaltıldığı belirtilmiştir. “Su” başlığı altında su tüketimini düşürmek için tesislerin bahçe, mutfak, çamaşırhane gibi farklı bölümleri için eylem planları oluşturulması dikkat çekmektedir. Uygulanan faaliyetler sayesinde su tüketiminin 2016 yılına göre %2

oranında azaldığı bildirilmiştir. Ayrıca tesislerin çevre düzenlemelerinde geri dönüştürülmüş sudan yararlandığı gözlemlenmiştir. “Atık” başlığı altında işletmenin plastik, gıda ve diğer atık türlerini azaltmak, geri dönüştürülebilir ürünler kullanmak için hayata geçirdiği faaliyetlere yer verilmiştir. 2017 yılı hedeflerden biri olan, odaların banyolarında bulunan plastik bakım şişelerinin duvara monte edilebilir büyük şişelerle değiştirilme kararı dikkat çeken projeler içinde yer almaktadır. Ayrıca yıl içinde yaklaşık 152.850 kg atık toplandığı, ihtiyaç sahibi kişilere geri dönüştürülmüş 1.077.480 sabun dağıtıldığı ve yaklaşık 46.000 kg plastiğin geri dönüştürüldüğü belirtilmiştir.

“Sorumlu Kaynak Kullanımı” başlığı altında işletmenin deniz ve kâğıt ürünleri de dâhil olmak üzere, belirlenen ürünlerin kullanımında gösterilen hassasiyete vurgu yapılmıştır. İşletme, tüm bölümler için gerçekleştirdiği satın almalarda, enerji tasarrufu yapmak, su kullanımını ve ambalaj atıklarını azaltmak, daha sorumlu malzemeler kullanmak ve uygulamalar üretmek için tedarikçilerle işbirliği içinde olduğunu bildirmiştir. Ayrıca tedarikçilerin uyması gereken çevresel ve sosyal talimatları sağlayan tedarikçi davranış kuralları oluşturulduğu vurgulanmıştır. Başlık altında yer verilen hayvan refahı, sorumlu deniz ürünleri kullanımı, tesis içi arıcılık gibi konular işletmenin sorumlu kaynak kullanımı alanında faaliyet gösterdiği diğer alanlar olarak gözlemlenmiştir. Ek olarak işletmenin gereksinimlerini yerel kaynaklardan tedarik etme bağlamında çalışmalar yaptığı ve yerel tedarik zinciri oluşturduğu görülmektedir. Yine sürdürülebilir tarıma destek sağlandığı ve alternatif tarım yöntemlerinin geliştirilmesinin desteklendiği bildirilmiştir.

“Fırsatları Artırmak” alt başlığı altında, işletmenin tüm paydaşları için çeşitlilik kavramını benimsediği, saygı duyduğu ve desteklediği belirtilmiştir. Bu kapsamda gençler, kadınlar, engelliler, gaziler ve mülteciler için 2016 yılından bu yana mesleki beceri geliştiren programlara ve ortaklıklara 2,8 milyon dolar yatırım yapıldığı bildirilmiştir. Yine işletme çalışanlarına, kültürel farklılıkları kabul etmek ve değer yaratmak için çeşitlilik ve katılım eğitimi verildiği gözlemlenmiştir. Marriott International Inc.’nin Birleşmiş Milletler LGBTİ İş Davranış Standartları’nı destekleyen ve LGBTİ insanlarına karşı ayrımcılıkla mücadele eden ilk küresel konaklama işletmesi grubu olduğu belirtilmiştir. İşletmenin çeşitliliğe verdiği önem bağlamında yıl içinde almış olduğu 13 ödülle ilgili bilgiye bu başlık altından erişilebilmektedir. Raporda 2017 yılında, 135 mülteciye eğitim fırsatı, 1126 gaziye istihdam olanağı, 31 engelli gence gelişim, eğitim ve iş fırsatı verildiği görülmektedir. Kadınlar için gerçekleştirilen faaliyetlerde, kadınların istihdam edildiği otelleri destekleme, kadınlara ait işletmelerden satın alma ve kariyerlerinde ilerleme fırsatları sunma gibi uygulamalar yer almaktadır. 2017 yılında gazilere ve gazilerin istihdam edildiği işletmelere yaklaşık 31 milyon dolar harcandığı belirtilmiştir.

“Gelişmiş İnsan Haklarının Kabulü” alt başlığında Marriott International Inc.’nin insan ticareti, çocuk istismarı ve zorunlu çalıştırma gibi sektörün yüksek riskli ve acil sorunlarına karşı

mücadele bağlamında gerçekleştirdiği faaliyetler bildirilmiştir. Bu amaçla 2017 yılında 243.000 çalışana insan ticareti konusunda farkındalık eğitimi verildiği gözlemlenmiştir. Ayrıca başlık altında işletmenin misafir yaklaşımına yer verilmektedir. Farklı kültürlerden gelen misafirlere hizmet verebilmek için kültürel yeterlilik programı geliştirildiği ve bu kapsamda yıl içinde 80'den fazla kültür oturumu, forum ve web semineri verildiği ifade edilmiştir.

Brand Finance tarafından oluşturulan listede beşinci sırada yer alan Courtyard by Marriot, Marriott International tarafından kurulmuştur. Ayrıca Sheraton Hotels and Resorts, 2015 yılının sonlarına doğru Marriott grubuna dâhil olmuştur. Courtyard by Marriott ve Sheraton Hotels & Resorts'un 2017 yılında ayrı bir kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayımlamadıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda Marriott International'ın 2017 yılına ait kurumsal sosyal sorumluluk raporu üzerinden erişilen içeriklerin, bünyesinde barındırdığı diğer 2 konaklama işletmesini de kapsadığı kabul edilmiştir.

### **5.3.2.3. HYATT Hotels Corporation'ın 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

HYATT Hotels Corporation'ın 2017 yılında kurumsal web sitesi üzerinden yayınladığı "Kurumsal Sorumluluk Puan Kartı" ana başlıklı raporu; "Toplumlarımıza Yatırım Yapma, İnsan Haklarına Saygı Gösterme, Meslektaşlarımızı Önemsemeye, 2020 Çevresel Sürdürülebilirlik Vizyonumuz, Sorumlu Satın Alma, Akıllı İnşa, Yenilik ve İlham Verme" alt başlıklarını içermekte ve 6 sayfadan oluşmaktadır. Raporun başında yer alan "Hoşgeldiniz" bölümünde, işletmenin kurumsal sorumluluk yaklaşımına yer verildiği ve yaklaşımla paralel olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile uyumlu olduğu vurgusunun yapıldığı gözlemlenmiştir.

"Toplumlarımıza Yatırım Yapma" alt başlığı altında, faaliyet gösterilen toplumların refah seviyesini artırmak için gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkında bilgi verilmiştir. Bu kapsamda 2017 yılında işletme çalışanlarının toplum yararı adına 44 ülkede, 175.000 saatten fazla gönüllü olarak faaliyette bulunduğu ve 2008'dan bu yana HYATT Toplum Yardımları (HYATT Community Grants) Programı sayesinde 240 kar amacı gütmeyen kuruluşa 3,1 milyon dolar bağış yapıldığı görülmektedir. Ayrıca 2017 yılında 62 gencin Meksika, Hindistan ve Brezilya'daki HYATT Hotels Corporation'ın otellerinde gerçekleştirilen gençlik kariyer girişimi programlarını başarı ile tamamladıktan sonra 40 tanesine HYATT otellerinde iş fırsatı sunulduğu bildirilmektedir. İşletmenin düşük gelirli bölgelerdeki öğrenciler için sponsor olması, fiziksel engelli 104 gence eğitim ve beceri fırsatları sunması ve 25 yaş altındaki 1885 kişiye istihdam yaratması konu ile ilgili diğer bulgular arasında yer almaktadır. Ek olarak yine bu alt başlık altında işletmenin Harvey, Maria, Irma ve Nate kasırgalarından etkilenen çalışanları için

150.000 dolar ve felaketlerden etkilenen toplumları destekleyen küresel afet yardım kuruluşlarına 250.000 dolar bağış yaptığı belirtilmiştir.

“İnsan Haklarına Saygı Gösterme” alt başlığı altında işletme tarafından işin her bölümünde insan haklarını konusunun öncelik taşıdığına altı çizilmekte ve özellikle insan kaçakçılığı ile mücadele vermek için 51.000’den fazla çalışana eğitim verildiği bildirilmiştir. Paydaşlardan biri olan çalışanlar ile ilgili faaliyetlerin “Meslektaşlarımızı Önemsemeye” alt başlığı altında verildiği gözlemlenmiştir. İşletmede çalışan çeşitliliğini artırmak içinde politikalar geliştirildiği, özellikle kadınların iş dünyasında daha çok yer alması için ilgili kuruluşlarla işbirlikleri yapıldığı vurgulanmıştır. Çalışanlar için en uygun refah programını oluştururken, çalışanlardan toplanan anket sonuçlarının temel alındığı bildirilmiştir. Ayrıca bazı tesislerde otel çalışanlarının dinlenmesi için meditasyon odaları tasarlandığı ve esnek çalışma alanlarının bulunduğu belirtilmiştir.

“2020 Çevresel Sürdürülebilirlik Vizyonumuz” alt başlığı altında 2020 yılına kadar işletme tarafından belirlenen alanlarda ulaşılmak istenen çevresel hedefler bildirilmiştir. 2015, 2016 ve 2017 yıllarında işletmenin metrekare başına düşen enerji, su ve emisyon tüketim oranları grafiklerle açıklanmakta ve grafiklere göre işletmenin her geçen yıl tüketim oranlarını düşürmeyi başardığı gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra HYATT Hotels Corporation’ın global sürdürülebilirlik veri tabanı olan program HyattEcoTrack sayesinde çevresel performans verilerini izleyebildiği ve raporladığı belirtilmiştir. Ek olarak işletme atık yönetimi politikasına yer verilmekte ve 2020 yılına kadar atıklarının %40’ının doğaya atılmasını önlemeyi hedeflediği ifade edilmiştir. Ayrıca tesislerde kullanılmayan yatakların ve diğer eşyaların bedensel ve kritik sağlık sorunları olan ailelere ve ihtiyacı olan diğer insanlara ulaştırmak için yerel yardım kuruluşları ile işbirliği yapıldığı belirtilmiştir.

“Sorumlu Satın Alma” alt başlığı incelendiğinde işletmenin 2017 yılında ana tedarikçilerini belirleme sürecinde, sürdürülebilirlik politikalarına dikkat edildiği vurgusu dikkat çekmektedir. Okyanusları koruma ve sorunlara karşı farkındalık yaratma çabaları bağlamında sivil toplum örgütleri ile ortaklıklar kurulduğu ve özellikle deniz ürünleri tedarikinde özenli davranıldığı vurgulanmıştır.

“Akıllı İnşa” alt başlığında HYATT Hotels Corporation’ın tesis yapım aşamasında sürdürülebilir tasarım için gelişen yeni teknoloji fırsatlarından yararlandığı vurgusu yapılmıştır. Bu bağlamda 37 HYATT tesisinin LEED sertifikası taşıdığı ve tüm tesislerdeki eski ofis mobilya ile elektronik eşyaların yerel okullara ve sivil toplum kuruluşlarına bağışlandığı bildirilmiştir. “Yenilik ve İlham Verme” alt başlığı incelendiğinde, işletmenin bazı bölgelerde pilot tesisler seçerek yenilikçi sürdürülebilirlik projelerini bu tesislerde uyguladığı gözlemlenmiştir. Söz konusu tesislerden alınacak verim sonucunda diğer tesislere yatırım yapma kararının verildiği ifade edilmiştir. Isıtma ve soğutma sistemlerinde yapılan bir yenilik ile enerji optimizasyonu için



uğraş verdikleri ve proje sonucuna göre gelecekteki teknoloji kullanımlarını planladıkları bildirilmiştir. Ayrıca sürdürülebilir eylem ve yeniliğe ilham vermek için diğer işletmeler ve kuruluşlarla işbirliği yapıldığı belirtilmiştir.

#### **5.3.2.4. Holiday Inn'in 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Holiday Inn, InterContinental Hotels Group'un bir yan kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir. Kurumsal web sitesi üzerinden herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporuna tarafımızca erişilememiştir. Kurumsal web sitesi üzerinden erişilen bir bağlantı sayesinde InterContinental Hotel Group'un kurumsal web sitesine yönlendirildiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda InterContinental Hotels Group'un 2017 yılına ait kurumsal sosyal sorumluluk raporu üzerinden erişilen içeriklerin, bünyesinde barındırdığı Holiday Inn işletmesini de kapsadığı kabul edilmiştir.

InterContinental Hotels Group (IHG) tarafından 2017 yılında kurumsal web sitesi üzerinden yayımlanan "Sorumlu İş Raporu" ana başlıklı raporu "Giriş, Bakış Açısı, Sorumluluk Yaklaşımımızı Geliştirmek, Paydaş Katılımı, 2018-2020 Sorumlu İş Hedeflerimiz, Sorumlu İş Kültürümüz, İnsanlarımız, Çevresel Sürdürülebilirlik, Topluluk Etkisi, IHG Vakfı Haftası" alt başlıklarından oluşmaktadır. 12 sayfadan oluşan raporun giriş bölümünde, 2013-2017 yılları arasındaki süreçte işletme tarafından belirlenen hedefler ve sonuçları paylaşılmıştır. Tüm paydaşlar için değer yaratmaya yönelik oluşturulan ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden oluşan beş ana hedeften dördüne, belirlenen süre içinde ulaşıldığı görülmektedir. Odabaşına düşen su miktarını beş yıl içinde %12 oranında düşürmeyi hedefleyen işletme, beş yılsonunda miktarı %5 oranında azaltabildiğini ve hedefini gerçekleştiremediğini bildirmiştir. Ancak işletme bünyesinde yeni su tasarrufu teknolojileri alanında çalışmalar yapıldığı ve tüm otellerde uygulayabilmek için projeler oluşturulduğu vurgusu yapılmıştır. "Bakış Açısı" alt başlığı altında işletme yöneticisinin ve icra kurulu başkanının kurumsal sorumluluğa yaklaşımlarının ve işletmenin sorumluluk algısına yer verildiği gözlemlenmiştir.

"Sorumlu İş Yaklaşımımızı Geliştirmek" alt başlığı incelendiğinde, işletme faaliyetlerinin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi ile BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne bağlı şekilde gerçekleştirilmeye çalışıldığı vurgusunun yapıldığı görülmektedir.

"Paydaş Katılımı" alt başlığında işletme paydaşlarından misafirler, işletme sahipleri, meslektaşlar, hissedarlar, tedarikçiler, akademik enstitüler, sivil toplum kuruluşları, hükümet ve sanayi dernekleri ile kurulan işbirlikleri ve kurumsal sorumluluk ile ilgili birlikte gerçekleştirilen çalışmalar bildirilmiştir. "2018-2020 Sorumlu İş Hedeflerimiz" başlığı altında çevresel sürdürülebilirlik, toplum etkisi, insanlarımız ve sorumlu tedarik bölümleri altında belirlenen

hedefler bulunmaktadır. Belirlenen hedefler içinde her oda için karbon ayak izini %6 ile %7 arasında azaltmak, toplum refahı için işletme vakfı tarafından 3.000.000 dolar bağışta bulunmak, cinsiyet, milliyet veya etnik köken bağlamında çalışan çeşitliliğini artırmak, tedarikçi denetimlerini artırmak ve tedarikçi bilincini geliştirmek adına projeler gerçekleştirmek gibi maddeler olduğu gözlemlenmiştir.

“Sorumlu İş Kültürümüz” alt başlığında işletmenin risk yönetimine yaklaşımı, misafir gizliliği ve güvenliği, yolsuzluk ve rüşvetle mücadele, veri gizliliği, sorumlu tedarik süreci ile insan hakları konularında belirlenen politikalar ve faaliyetler yer almaktadır. Ayrıca işletmenin belirlenen konular ile ilgili yatırımının 2016 yılı ile karşılaştırıldığında 59 milyon dolardan 66 milyon dolara yükselttiği görülmüştür.

“İnsanlarımız” alt başlığı altında işletmenin çalışanları yararına gerçekleştirdiği faaliyetlerin belirtildiği görülmektedir. İşletme, bu bölümde öncelikle çalışan çeşitliliğine verdiği önemin ve çeşitliliğe gösterdiği saygının vurgusunu yapmakta ve bu alanda aldığı ödülleri açıklamıştır. Çeşitliliğin desteklenmesinin yanı sıra, faaliyetler incelendiğinde, çalışanların mesleki anlamda gelişmeleri için eğitim ve kurs programlarının oluşturulduğu görülmektedir. Bu amaçla 2017 yılında 150.000’den fazla çalışanın eğitim programlarından yararlandığı belirtilmiştir.

İşletmenin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini yönetmek ve kaynakların sürdürülebilirliğini sağlamak adına alınan önlemlere ve uygulanan projelere “Çevresel Sürdürülebilirlik” alt başlığı altında yer verilmiştir. İşletmenin sürdürülebilirlik programı olan IHG GreenEngage sistemi sayesinde enerji, karbon, su ve atık maliyetlerinin azaltıldığı ve olumsuz çevresel etkinin düşürüldüğü bildirilmiştir. İşletme bazında alınan önlemlerin dışında, paydaş katılımının hedeflendiği de gözlemlenmiştir. “Daha Yeşil Bir Konaklama” adı verilen program sayesinde, misafirlerin oda temizliği ve çamaşır yıkama tercihleri doğrultusunda enerji ve su tasarrufuna katılımlarının sağlanması hedeflendiği belirtilmiştir.

“Topluluk Etkisi” alt başlığında işletmenin, yerel ekonomik kalkınma için istihdam yaratma faaliyetlerini bildirdiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda 2017 yılında IHG Akademisi aracılığıyla 13.633 kişiye ulaşıldığı ve yerel iş organizasyonları ile otellerde iş tecrübesi sunmak için ortaklıklar gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Ayrıca doğal afet sonrasında zincir bünyesindeki otellerin yardıma ihtiyaç duyan insanlar için barınma imkânı sunabilecek şekilde hazırlandığı bulgusu dikkat çekmektedir. “IHG Vakfı Haftası” alt başlığında ise işletmenin kurmuş olduğu vakfın çalışmalarına yer verilmiştir. Vakıf, her yıl eylül ayında yardım fonlarını toplamakta ve dünyanın her yerindeki insanlara yardım etmek için çalışmalar gerçekleştirmektedir. 2017 yılı içerisinde işletme çalışanlarının farklı toplum organizasyonlarına 200.000 saatten fazla gönüllü destek sağladığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte vakfın yıl içinde 10.000 etkinliğe katıldığı ve 350.000 dolarlık bir bağış topladığı bilgisi sunulmuştur.

### **5.3.2.5. Shangri-La Asia Hotels and Resorts'un 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Shangri-La Asia Hotels and Resorts tarafından 2017 yılında gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri "Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Bildirimi" ana başlığı altında yayımlanmaktadır. Kurumsal web sitesi üzerinden erişilen rapor "İnsan Hakları, İşgücü İlkeleri, Çevre İlkeleri, Kurumsal Satın Alma Politikası, Yolsuzlukla Mücadele İlkeleri, Özet" olmak üzere altı alt başlıktan ve 18 sayfadan oluşmaktadır. Raporun ilk sayfasında işletme yöneticisi tarafından hazırlanmış olan, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk politikası çerçevesinde gerçekleştirdiği projeler sayesinde yıl içinde elde edilen başarıların bildirildiği bölüm yer almaktadır.

"İnsan Hakları" alt başlığı altında işletmenin insan haklarına saygı gösterme, hakların korunmasını destekleme ve insan hakları ihlallerine karşı mücadele etme gibi ilkelere bağlılığın ifade edildiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda etik davranış kuralları tarafından yönetilen adil bir işyeri ortamı oluşturmak için insan hakları, çeşitlilik ve fırsat eşitliği ile ilgili konularda, faaliyet gösterilen ülkelerdeki iş kanunlarına ve ulusal yasalara uyma vurgusunun yapıldığı gözlemlenmiştir. Yıl içinde güncellenen ve çalışanlara verilen "çalışanlar için el kitabı" ile yasalara uyum, liderlik sorumlulukları, fırsat eşitliği, rüşvet ve yolsuzluğun önlenmesi, gizlilik ve veri koruma, içeriden bilgi edinme, rekabete aykırı uygulamalar, sağlık ve güvenlik gibi insan haklarını ilgilendiren birçok konuda rehberlik hizmeti sağlandığı ifade edilmiştir. Ayrıca sosyal sorumluluk programları sayesinde zincir bünyesindeki otellerin insan hakları sorunlarının bazılarında danışmanlık yoluyla yanıt vermeye çalışıldığı bildirilmiştir. Yine bu alt başlık altında işletme ve tedarikçi ilişkilerine de yer verildiği dikkat çekmiştir. Tedarikçilere güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları sağlamak, adil işe alım uygulamaları gerçekleştirmek ve üretimde çevreye duyarlı uygulamalara bağlı kalmak için tedarikçi davranış kurallarının oluşturulduğu belirtilmiştir. İnsan hakları alt başlığı altında yer alan "güvenlik operasyonları" bölümü incelendiğinde, işletmenin güvenlik biriminde rüşvet girişimleri, çıkar çatışmaları, kriz yönetimi ve kayıpların önüne geçmek için politikalar oluşturulduğu gözlemlenmiştir.

"Kurumsal Satın Alma Politikası" alt başlığı altında yiyecek ve içecek ürünleri, temizlik malzemeleri, yatak takımı ve diğer oda mobilyaları gibi ürünlerin tedarik edilmesinden sorumlu olan satın alma bölümünün faaliyetleri sunulmuştur. BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin 10 ilkesine bağlılık gösterecek şekilde tasarlanan tedarikçi davranış kurallarına erişim bu bölümden sağlanmaktadır. Ayrıca satın alma bölümünün, 2017 yılında düzenledikleri açık oturum şeklinde gerçekleşen 114 tedarikçi semineri bağlamında tedarikçi davranış kuralları denetimleri, tedarikçilerle yaşanan zorluklar ve fırsatlar hakkında bir eğitim fırsatı sağlandığı da gözlemlenmiştir. İşletmenin 2012 yılının sonuna doğru tüm otellerdeki satın alma bölümü

çalışanlarının seçimlerinde, çevre ve insan üzerindeki etkileri dikkate almayı teşvik etmek amacıyla "Sorumlu Satın Alma Programı'nı" oluşturduğu dikkat çekmektedir. Ek olarak Shangri-La Asia Hotels and Resorts, 2014 yılında kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda mutfak sosyal sorumluluğu için yiyecek ve içecek odaklı bir girişim olan "Doğada Köklü" programını paydaşlarına sunmuştur. Program, yerel gıda geleneklerini korumayı ve tüketilen gıdalarla ilgili farkındalığı artırmayı amaçlamaktadır. Sürdürülebilir kaynaklı deniz ürünlerini kullanmak, kimyasal ve böcek ilacı içermeyen yerel ürünleri seçmek, otel civarındaki tarım alanlarında yetiştirilen meyve ve sebzeleri satın almak, kümes hayvanları ve yumurta alımında sertifikalı çiftlikleri tercih etmek gibi birçok ölçütü barındırmaktadır. 2017 yılı sonuna kadar "Doğada Köklü" programı sayesinde tedarikçi istihdamının %75, gelirlerinin ise %92 oranında artış gösterdiği bildirilmiştir. Ayrıca işletmenin nesli tükenmekte olan hayvan ürünlerinin servisini yapmadığı, konu hakkında farklı kuruluşlarla işbirlikleri yapıldığı ifade edilmiştir. Bu bağlamda işletmenin sürdürülebilir deniz ürünleri kullanma konusunda dikkatli davrandığı gözlemlenmiştir.

"İşgücü İlkeleri" alt başlığında işletmenin çalışan politikasına yer verilmektedir. Bu kapsamda çocuk işçi, ayrımcılık, insan kaçakçılığı, tazminat, sağlık ve güvenlik, sosyal haklar, cinsel taciz gibi insan haklarını yakından ilgilendiren meselelere karşı işletmenin aldığı önlemler dikkat çekmektedir. İşletme tarafından özellikle etik kurallara ve eşit istihdam fırsatı politikasına uyum gösterildiği ifade edilmiştir. Genç bireylerin Shangri-La Asia Hotels and Resorts otellerinden herhangi birinde staj programlarına katıldığında, temsil ettikleri kurumlar veya ebeveynleri tarafından imzalanan sözleşmeler sayesinde haklarının korunmaya alındığı bildirilmiştir. Ayrıca cinsiyet, medeni durum, hamilelik, ırk, din veya sakatlık nedeniyle ayrımcılık yapılmadığı vurgulanmakta ve bu doğrultuda işletmenin çalışan çeşitliliğini sağladığı saptanmıştır. Ayrıca işletme çalışanlarının refah seviyesini artırmak için sağlıklı yaşam programları ve kariyer gelişimi olanakları sağlandığı gözlemlenmiştir. 2004 yılında kurulan Shangri-La Global Akademi ile eğitim ve istihdam alanında çalışmaların yapıldığı belirtilmiştir.

"Çevre İlkeleri" alt başlığında işletmenin çevre sorunlarına karşı yaklaşımı, çevresel sorumluluğa teşvik amacıyla gerçekleştirilen girişimleri ve çevre dostu teknolojilerin gelişmesi için gösterilen desteğin vurgusu yapılmıştır. Bu bağlamda 2017 yılında 55 otelin çevreyi etkileyen faaliyetlerini ölçme, izleme ve yönetme prosedürlerini belirleyen ve uluslararası kabul görmüş bir sertifika aldığı belirtilmiştir. Ayrıca işletmenin yıl içinde iklim ve su kullanımı konusunda Karbon Saydamlık Projesi (Carbon Disclosure Project, CDP) ile işbirliği yaptığı ve raporladığı gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra yeni projeler geliştirilirken sürdürülebilir tasarım özellikleri, yapım teknikleri ve operasyonel süreçlerin göz önünde bulundurularak yeşil binaların artması için yatırımlar yapıldığı ifade edilmiştir. 2017 yılında üç otelin daha LEED sertifikası alması ile sertifikaya sahip toplam otel sayısının 15 olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca

işletmenin iklim değişikliği ile mücadele etmek için sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik faaliyetler gerçekleştirdiği ve 2017 yılında Çin’de bulunan altı otelin karbon ticareti girişimlerine dâhil olduğu dikkat çekmektedir. Otellerin gerçekleştirilen girişim doğrultusunda yükümlülüklerini yerine getirmek için karbon ofsetleri satın aldığı bildirilmiştir. Çevresel ayak izi ve performans değerlendirmesi için baz alınan 2015 yılı ile karşılaştırıldığında, 2017 yılında sera gazı emisyonları yoğunluğunda 49 otelde, enerji tüketiminde 51 otelde, su tüketiminde 36 otelde yaklaşık %6 seviyesinde bir azalış sağlanarak hedefe ulaşılmış olduğu belirtilmiştir. Ayrıca Çin’deki kırsal alanlarda yaşayan insanlara temiz ve güvenli içme suyu tedarik edebilmek için kuruluşlarla işbirliği yapıldığı ve su arıtma tesisi kurma faaliyetlerinde bulunulduğu gözlemlenmiştir. İşletmenin atık yönetimi konusunda gerçekleştirdiği faaliyetlere de bu başlık altında yer verilmektedir. Faaliyetler incelendiğinde atık miktarını azaltma ve geri dönüşümünü sağlamak için, 2017 yılında, otel çalışanlarının istenmeyen kişisel eşyalarını ve ikinci el otel eşyalarını alması, satması, takas yapması veya vermesi için 218 etkinliğe ev sahipliği yapıldığı bilgisi raporda bulunmaktadır. Raporda dikkat çeken bulgulardan biride enerji tüketimi için 50 ton atığın kullanılmış olmasıdır. Ek olarak, işletmede gıda atıklarının 2017 yılında toplam tehlikeli olmayan atıkların % 60'ına yakını oluşturduğu ve 700 tondan fazla atığın bağış yoluyla kar amacı gütmeyen kuruluşlara verildiği veya hayvan yemine dönüştürmek için ilgili kuruluşlara ulaştırıldığı belirtilmiştir. Tehlikeli atıkların geçerli düzenlemelere ve prosedürlere uygun olarak sorumlu bir şekilde taşındığı ve 2017 yılında otellerde oluşan temizlik kimyasalları, aydınlatma armatürleri ve elektrikli su arıtımı dahil olmak üzere yaklaşık 39 ton tehlikeli atığın bertaraf edildiği ifade edilmiştir. Biyolojik çeşitliliğinin korunması içinde 2009 yılından itibaren yardım kuruluşları ile birlikte projeler gerçekleştirildiği saptanmıştır. Kaplumbağa bakımı, panda bakımı, sulak alanların korunması ve bitki örtüsü projeleri, koruma alanındaki halkın bilinçlendirilmesi yapılan faaliyetler arasında bulunmaktadır.

“Yolsuzlukla Mücadele İlkeleri” alt başlığında işletmenin rüşvet ve haraç dâhil her türlü yolsuzlukla mücadele etme prensibi ile çalıştığı, etik ve yönetim standartlarına sadık bir şekilde hareket ettiği belirtilmektedir. Ancak Shangri-La Asia Hotels and Resorts tarafından yolsuzlukla ilgili risklerin sistematik bir incelemesinin yapılmadığı gözlemlenmiştir.

“Özet” alt başlığı altında Shangri-La Asia Hotels and Resorts’un sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin; çevre, yönetim, toplum ve çalışanlar başlıklarına ayrılarak tablo halinde paydaşlara sunulduğu saptanmıştır. Tablo incelendiğinde “Çevremiz” bölümünün iklim değişikliği ve sera gazı emisyonları, su, atık, biyoçeşitlilik ve koruma, “İşimiz” bölümünün kurumsal tedarik, misafir katılımı, misafir güvenliği ve güvenliği, sürdürülebilir seçim, “İnsanlarımız” bölümünün istihdam uygulamaları, eğitim ve geliştirme, iş sağlığı ve güvenliği, çalışan refahı, “Toplum” bölümünün toplum geliştirme, afet yardımı ve rehabilitasyon, gönüllü faaliyetler maddeleri altında sınıflandırıldığı gözlemlenmiştir.

### **5.3.2.6. Wyndham Hotels and Resorts'un 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Wyndham Hotels and Resorts'un kurumsal web sitesi üzerinden 2017 yılına ait kurumsal sosyal sorumluluk raporuna erişilememiştir. Bu bağlamda işletmenin 2017 yıllık faaliyet raporu analize dâhil edilmiştir. Faaliyet raporunda "Sürdürülebilirlik" ve "Risk Faktörleri" başlıkları altında işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı ve bazı faaliyetleri ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Başlıklar altında işletmenin tüm faaliyet alanlarında kurumsal sosyal sorumluluk kavramının etkin olması için çalışmalar ve düzenlemeler yapıldığı gözlemlenmiştir. 2010 ile 2017 yılları arasında karbon emisyon oranını %25 oranında azaltmayı hedefleyen Wyndham Hotels and Resorts'un, 2016 yılının sonuna kadar karbon emisyon oranını %33 düzeyinde azaltarak elde ettiği başarıyı bildirmiştir. Bu başlık altında ayrıca satın alma kriterleri ve tedarikçi tercihleri ile ilgili ifadeler yer almaktadır. İşletmenin 2017 yılında biyolojik çeşitliliği koruma hedefiyle bir milyon ağaç dikilmesini desteklediği belirtilmiştir.

Ek olarak işletmenin her yıl çevresel, sosyal ve yönetsel açıdan artan sayıda denetlemelerle karşılaştığı ifade edilmiştir. Güvenlik, sorumlu turizm, çevre yönetimi, tedarik zinciri yönetimi, iklim değişikliği, çeşitlilik, insan hakları, modern kölelik, yerel refahı kalkındırma ve hayırseverlik gibi konularda sorumlu davranmanın, düzenleme ve kurallara uymanın, işletme itibarına olan etkisinin bilinci ile hareket edildiği vurgusu dikkat çekmektedir.

Brands Finance tarafından yayımlanan listede 9. Sırada yer alan Ramada Worldwide Inc., 2006 yılından beri Wyndham Hotels and Resorts bünyesinde faaliyet göstermektedir. 65 ülkede 850 otel ile hizmet veren Ramada Worldwide Inc.'nin kurumsal web sitesi incelendiğinde, Wyndham Hotels and Resorts'un kurumsal web sitesi üzerinden erişimin sağlanabildiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda Wyndham Hotels and Resorts'un sitesinde yer alan tüm sorumluluk faaliyetleri ve raporlarının, Ramada WorldwideI nc. dahil olmak üzere bünyesinde barınan 19 işletmenin faaliyetlerini de kapsadığı kabul edilmiştir.

### **5.3.2.7. Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılı Analiz Bulgularının Genel Değerlendirmesi**

Araştırmada, analize dahil edilen marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirme sıklığına göre belirlenen kodlardan temalar tanımlanmıştır. Belirlenen beş tema altındaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, 2017 yılında konaklama işletmelerindeki varlığı ya da yokluğu Tablo 11'deki işaretlemelerle sunulmaktadır.

Tabloda; A:Enerji tasarrufunu, B:Su tasarrufunu, C:Atık yönetimini, Ç:Geri Dönüşümü, D:İklim değişikliğini, E:Emisyon azaltmayı, F:Çevre dostu tesisleri, G:Kültürel mirası korumayı, H:Eğitime desteği, I:İşsizlikle mücadeleyi, İ:Ulusal refaha desteği, J:Yerel refaha desteği, K:Sanata desteği, L:Doğal afetle mücadeleyi, M:Vakıfları, N:Bağışları, O:Adil ve eşit fırsatları, Ö:Mesleki gelişime desteği, P:Kişisel gelişime desteği, R:Tazminat ve ödülleri, S:Çalışan yardım programını, Ş:Çalışan çeşitliliğini, T:Çalışan sağlığını, U:Sorumlu kaynak kullanımını, Ü:Yerel kaynak kullanımını, V:Davranış kodunu, Y:İnsan haklarını, Z:Kaçakçılıkla mücadeleyi, W:Hayvan refahını, Q:Hissedar ilişkilerini, X:Tedarikçi ilişkilerini, α:Misafir ilişkilerini, β:Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini ifade etmektedir.

**Tablo 11.**Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılında Gerçekleştirdiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE								TOPLUM								ÇALIŞANLAR								ETİK UYG.							SEKTÖR				%
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	W	Q	X	α	β			
1.Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	100		
2.Marriott	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93,9		
3.Hyatt	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+			+	+			+	+	+	+	96,9		
4.Holiday Inn	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+			+	+			+	+	+	+	78,7		
5.Courtyard	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	78,7		
6.Shangri-La	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		96,9		
7.Wyndham		+	+		+	+						+			+		+	+	+		+		+		+	+			+	+	+	+	81,8			
8.Sheraton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	51,5		
9.Ramada		+	+		+	+						+			+		+	+	+		+		+		+	+			+	+	+	+	96,6			
10.Hampton by Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	51,5		
	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93,6		



Tablo 11 incelendiğinde, “çevre” teması altında işletmelerin faaliyetlerinden kaynaklanan çevresel alandaki zararı en aza indirme ile ilgili çabaları ve çevrenin korunmasına katkı sağlama amacı ile oluşturulan uygulamaların açıklandığı görülmektedir. Analiz dâhilindeki tüm işletmelerin “Çevre” teması altında oluşturulan kodlardan “Su Tasarrufu”, “Atık Yönetimi” ve “Emisyon Azaltma” bağlamındaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine raporlarında yer verdikleri gözlemlenmektedir. Raporlarında oluşturulan atık yönetimi ile ilgili bölümlerde, özellikle gıda atık yönetimi hakkında detaylı bilgi sunulmasının, işletmelerin sayısal çoklukları ve faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan atık miktarları ile orantılı olduğu düşünülmektedir. Yine Tablo 11’de işletmeler tarafından en az raporlanan faaliyetin “Kültürel Mirası Koruma” olduğu görülmektedir. Hilton Hotels Corporation ve Marriott International Inc. ile bünyelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin “Çevre” teması altındaki bütün kodlarla ilgili kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini kurumsal sosyal sorumluluk raporları üzerinden bildirdikleri gözlemlenmektedir. Ayrıca HYATT Hotels Corporation’ın “İklim Değişikliği” kodu bağlamında katılım sağlamayan ve raporunda konu ile ilgili bilgi sunmayan tek işletme olduğu saptanmıştır. Wyndham Hotels and Resorts ve bünyesinde faaliyet gösteren Ramada Worldwide Inc.’nin raporlarında “Enerji Tasarrufu” kodu doğrultusunda herhangi bir bilgiye yer vermemeleri dikkat çekmektedir. Yine “Çevre” teması altında gerçekleştirilen faaliyetlerle ilgili en az bilgi sunan işletmelerin Wyndham Hotels and Resorts ve Ramada Worldwide Inc. olduğu tespit edilmiştir.

“Toplum” teması altında, öncelikle bireylerin ve paralelinde toplumun kalkınmasına yönelik gerçekleştirilen faaliyetlerin belirtildiği görülmektedir. İşletmelerin tamamının “Bağış” ve “Yerel Refaha Destek” kodları bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri ve raporladıkları gözlemlenmektedir. Bu bağlamda işletmelerin öncelikle faaliyette buldukları alanların kalkınmasına destek olduğu düşünülmektedir. 2017 yılına ait kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında hiçbir işletmenin “Sanata Destek” kodu altında bilgi sunmaması dikkat çekmektedir. Wyndham Hotels and Resorts ve Ramada Worldwide Inc.’nin tema altında oluşturulan 8 kod içinden 2 tanesi ile ilgili faaliyetlerini raporlayarak, tema altında en az katılım sağlayan konaklama işletmeleri oldukları görülmektedir. Shangri-La Asia Hotels and Resorts, Wyndham Hotels and Resorts ve Ramada Worldwide Inc. dışındaki konaklama işletmelerinin, aynı oranda bilgi sunduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 11 incelendiğinde, “Çalışanlar” teması altında analize dahil marka değeri en yüksek ilk on konaklama işletmesinin çalışanlarına yönelik gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği görülmektedir. Analiz dâhilindeki marka değeri en yüksek on konaklama işletmesinin “Mesleki Gelişime Destek”, “Kişisel Gelişime Destek” ve “Çalışan Çeşitliliği” kodları bağlamında gerçekleştirdikleri faaliyetlerine raporlarında yer verdikleri gözlemlenmektedir. Raporlarda özellikle “Çalışan Çeşitliliği” ile ilgili yaklaşımlarının açıklandığı görülmektedir. İşletmelerin raporlarında yer alan çalışan işe alma süreçleri ve ücretlendirme

politikaları incelenerek oluşturulan “Adil ve Eşit Fırsatlar” koduna, Wyndham Hotels and Resorts ve Ramada Worldwide Inc.’nin katılım göstermediği görülmektedir. Shangri-La Asia Hotels and Resorts, Marriott International Inc., Courtyard by Marriott ve Sheraton Hotels&Resorts’un oluşturulan tema içindeki tüm kodlar hakkında bilgi sunan konaklama işletmeleri oldukları gözlemlenmektedir.

Tablo 11’de “Etik Uygulamalar” temasının, işletmelerin iç ve dış paydaşlarına yönelik tutumları doğrultusunda belirlenen kodlardan oluştuğu görülmektedir. Tema altında oluşturulan kodlar incelendiğinde, “Sorumlu Kaynak Kullanımı” ve “İnsan Hakları” ile ilgili alanlarda tüm işletmeler tarafından katılım sağlandığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin faaliyet gösterdikleri alanlarda, insana ve çevreye karşı sorumluluk bilinci ile hareket ettiği düşünülmektedir. HYATT Hotels Corporation’ın kurumsal sosyal sorumluluk raporunda “Davranış Kodu” ile ilgili bir bilgi sunmayan tek işletme olması dikkat çekmektedir. Bununla birlikte tema içinde en az faaliyet belirtilen kodların “Hayvan Refahı” ve “Yerel Kaynak Kullanımı” olduğu saptanmıştır. Tema altındaki kodlar bağlamında gerçekleştirilen sosyal sorumluluk faaliyetlerine en az katılım gösteren işletmelerin ise Wyndham Hotels and Resorts, HYATT Hotels Corporation, Holiday Inn ve Ramada Worldwide Inc. olduğu tespit edilmiştir. Geri kalan 6 işletmenin ise eşit oranlarda bilgi sunduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 11 incelendiğinde “Sektör” teması altında, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin hissedar, tedarikçi, misafir ilişkileri ve turizm sektöründeki gerçekleştirdikleri işbirlikleri hakkında bilgi verdikleri görülmektedir. Analiz dâhilindeki işletmelerin tamamının raporlarında “Hissedar İlişkileri”, “Tedarikçi İlişkileri” ve “Misafir İlişkileri” kodları bağlamında gerçekleştirdikleri faaliyetlere yer verdiği görülmektedir. Ayrıca Shangri-LaAsiaHotelsand Resorts dışındaki tüm konaklama işletmelerinin “Sektör” teması altındaki bütün kodlarla ilgili bilgi sunduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle işletmeler içinde Shangri-La AsiaHotelsandResorts’un 2017 yılında yayımlanan kurumsal sosyal sorumluluk raporunda “Sektör İşbirliği” kodu bağlamında gerçekleştirdiği bir faaliyet tespit edilmemiştir.

Araştırmaya dahil edilen marka değeri en yüksek on konaklama işletmesinin 2017 yılında yayımladıkları kurumsal sosyal sorumluluk ve faaliyet raporlarının incelenmesi sonucunda, işletmelerin “Çevre” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği, buna karşın oluşturulan temalar altındaki 33 kod içinde en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodun ise “Sanata Destek” olduğu saptanmıştır. “Toplum” teması altında yer alan “Yerel Refaha Destek” koduna tüm işletmelerin katılım göstermesine rağmen, “Etik Uygulamalar” teması altındaki “Yerel Kaynak Kullanımı” kodu bağlamında işletmeler tarafından az bilginin raporlanması dikkat çekmiştir. Bu durum işletmelerin yerel refaha katkı sağlamak için, yerel kaynak kullanımı yolunu tercih

etmediğini göstermektedir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2017 yılında yayımlanan kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının analizi bağlamında, en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmenin Marriott International Inc. ile onun bünyesinde çalışan işletmeler olduğu tespit edilmiştir. Bu durum 2016 yılı analiz sonuçları ile farklılık oluşturmaktadır. 2016 yılı analiz sonucuna göre; Marriott International Inc.'nin yanı sıra Hilton Hotels Corporation ve bünyesinde çalışan işletmeler de en çok sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştiren ve raporlayan işletmeler arasında yer almaktadır. Yıllar bazında oluşan bu farklılık, Hilton Hotels Corporation ve bünyesinde çalışan işletmelerin 2016 yılında "tazminat ve ödüller" kodu bağlamında gerçekleştirdikleri faaliyetleri raporlarken, 2017 yılında söz konusu kod bağlamında bir bulguya erişilememesinden kaynaklanmaktadır. Hilton Hotels Corporation ve Hampton by Hilton tarafından yayımlanan 2017 raporunda "Çalışanlar" teması altında yer alan "Tazminat ve Ödüller" ile ilgili bilgi sunulmadığı görülmektedir. Bilgi sağlanmayan bu kod ile en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren ikinci işletmenin Hilton Hotels Corporation olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Wyndham Hotels and Resorts ve Ramada Worldwide Inc.'nin oluşturulan 33 kod içinden 17 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren konaklama işletmeleri olduğu saptanmıştır.

Analiz dâhilindeki diğer konaklama işletmelerinin ise genel olarak birbirlerine yakın oranlarda faaliyetlerini bildirdikleri gözlemlenmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde, 2017 yılında ulaşılan bulgularla, 2016 yılı analiz bulguları arasında büyük bir fark olduğu saptanmıştır. Ancak bu durumun, 2017 yılına ait kurumsal sosyal sorumluluk raporlarına erişim sağlanmadığı için, faaliyet raporunun analiz edilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu durum işletmelerin yıllık faaliyet raporlarının dışında kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayımlamalarının, faaliyetlerin ayrıntılı bir biçimde belirtilebilmesi açısından etkisinin göstergesidir.

### **5.3.3. BIST Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları**

Analiz sürecinde 2016 yılında BIST konaklama işletmelerinin tamamının kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayımlamadıkları tespit edilmiştir. Bu sebeple işletmelerin yıllık kurumsal faaliyet raporları analize dahil edilmiş ve işletmelerin gerçekleştirdiği ve kurumsal faaliyet raporlarında bildirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri incelenmiş ve araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen bulgular, her bir işletme özelinde alt başlıklarla ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra 2016 yılına ait genel değerlendirmeler oluşturulan matrisle sunulmaya çalışılmıştır.

### 5.3.3.1. Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi

Gerçekleştirilen inceleme neticesinde Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. tarafından 2016 yılında yayımlanan bir kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Ancak işletmenin yıllık kurumsal faaliyet raporunda “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” ve “Çevre ve Sürdürülebilirlik” ana başlıkları altında 2016 yılında gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer verdiği tespit edilmiştir. Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin 2016 yılında yayımlanan kurumsal faaliyet raporu 112 sayfadan oluşmaktadır. Raporla, yönetim kurulu başkanı tarafından hazırlanan bölüm incelendiğinde, çevreye değer veren ve duyarlı olan bir işletme vurgusunun yapıldığı gözlemlenmiştir.

“Çevre ve Sürdürülebilirlik” başlığı altında, işletmenin faaliyet gösterdiği çevredeki olumsuz etkileri azaltmak amacıyla enerji, su ve atık tasarrufu ile geri dönüşüm konularında gerçekleştirdiği faaliyetlere yer verilmiştir. Bu bağlamda tesiste su kalitesinin iyileştirildiği ve bu bağlamda kimyasal tüketiminin azaltıldığı ifade edilmiştir. Yine atık suların peyzaj ve ormanlık alanları sulamada kullanıldığı, diğer enerji kaynakların yerine jeotermal enerjinin tercih edildiği belirlenmiştir. Ayrıca enerji tasarrufunun sağlanması için tasarruflu aydınlatma ampulleri kullanıldığı ve tesiste ısı yalıtımı yapıldığı bildirilmiştir. Geri dönüşüm faaliyetleri bakımından incelendiğinde, Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'de kullanılan kâğıtların ayrıştırıldığı ve ilgili tesislere gönderildiği bulgusu dikkat çekmektedir. Bununla beraber raporda 2016 yılında karbon salınımında %20, sıvılaştırılmış doğal gaz kullanımında ise %40 oranında azalma sağlandığı ifade edilmiştir.

“Kurumsal Sosyal Sorumluluk” başlığı altında işletmenin eğitim, çevre ve toplum alanında gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bulunduğu gözlemlenmiştir. 2016 yılı içinde işletmenin 5 üniversitede düzenlenen Kariyer Günleri'ne katılım sağlayarak genç bireylere staj ve istihdam fırsatı sunduğu ifade edilmiştir. Bu kapsamda farklı yaş gruplarından 93 öğrenciye tesiste staj eğitimi sağlandığı bildirilmiştir. Ayrıca 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nda gerçekleştirilen bir ilkokul ziyareti sırasında yiyecek bağışı yapıldığı belirtilmiştir. Hayvan barınağı için gıda bağışı, çocuk orkestrası için enstrüman bağışı ve dayanışma evi için yapılan kıyafet bağışı dikkat çeken diğer kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri arasında yer almaktadır. İşletmenin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projeleri bağlamında farklı kurum ve kuruluşlardan ödüller aldığı gözlemlenmiştir. 2016 yılında enerji tüketimi, geri dönüşüm, atık su arıtımı ve çevre temizliği ile ilgili yapılan çalışmalar doğrultusunda Yeşil Yıldız Otel Sertifikası alındığı ifade edilmiştir.

Rapor genel olarak incelendiğinde, işletmenin tedarikçi politikasının “Altın Yunus'un Tedarikçileri” başlığı altında bildirildiği saptanmıştır. Tedarikçi belirleme sürecinde etik

değerlerin ve sürdürülebilirlik anlayışının etken olduğu belirtilmiştir. 2016 yılında 9 tedarikçi denetimi gerçekleştirildiği ve %98 oranında sorumlu tedarikçilerle işbirliği yapıldığı gözlemlenmiştir. “Altın Yunus Ailesi” başlığı incelendiğinde de işletme çalışanlarının refahı için gerçekleştirilen faaliyetler arasından özellikle eğitim konusuna önem verildiği dikkat çekmektedir. İşletme bu kapsamda 2016 yılında çalışanlarına bireysel, mesleki ve teknik alanlarda kişi başına 17,66 saat, toplamda ise 3.779 saat eğitim desteği verdiğini belirtmiştir. Çalışanlar, misafir karşılama ve uğurlama, hamam bakımları ve engelli misafirlerle iletişim gibi konuların yanı sıra çöplerin kağıt, plastik, cam ve yaş çöp olarak ayrıştırılıp çöp odalarına gönderilmesine ilişkin konularda bilgilendirilmiştir. Ayrıca 2010 yılından itibaren iş sağlığı ve güvenliği bağlamında misafir ve çalışanlara hizmet vermesi adına tesiste doktor ve hemşire istihdamı gerçekleştirildiği açıklanmıştır. Ayrıca 2016 yılı içinde acil eylem planını yenilediğini bildiren işletme, temel iş sağlığı ve güvenliği, risk değerlendirme, elektrik tehlikeleri, yangın eğitimi gibi alanlarda özel eğitimlerin verildiğini belirtmiştir. Çalışanların motivasyonlarını artırmak için de 2016 yılı içinde 6 organizasyon düzenlendiği gözlemlenmiştir.

“Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığı incelendiğinde işletme paydaşlarından üretici, tedarikçi ve çalışanlarla yapılan işbirlikleri sayesinde çevre üzerindeki olumlu etkinin devamlı geliştirilmesi için çalışmalar yürütüldüğü bildirilmiştir. İşletmenin dahil olduğu Yaşar Holding A.Ş. tarafından oluşturulan etik kurallarının benimsendiği ifade edilmiştir. Ek olarak “Bağış ve Yardımlar” başlığı altında Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. tarafından kişi, vakıf ve kurumlara 14.722 TL bağış yapıldığı bulgusu tespit edilmiştir. Yine işletmenin çevre ve sosyal sorumluluk bağlamında gerçekleştirdiği faaliyetlerden elde ettiği başarılar “Ödüller ve Sertifikalar” başlığında sunulmuştur. İşletmenin sahip olduğu belirtilen ödül ve sertifikalar arasında Mavi Bayrak Ödülü, Yeşil Yıldız Otel Sertifikası ve bir seyahat platformu olan Holiday Check tarafından misafir memnuniyet oranı temel alınarak verilen Kalite Ödülü bulunmaktadır.

### **5.3.3.2. Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.’nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş. tarafından yayımlanan herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Bu nedenle işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 79 sayfadan oluşan 2016 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. Rapor incelendiğinde kurumsal sosyal sorumluluk ya da sürdürülebilirlik faaliyetlerinin belirtildiği bir ana başlığın olmadığı görülmüştür.

Faaliyet raporu genel olarak incelendiğinde, “İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığı altındaki bilgiler doğrultusunda, işletme çalışanlarının mesleki gelişimlerinin eğitimler, konferanslar ve paneller ile desteklendiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte çalışanların yemek ve

yol masraflarının karşılandığı belirtilmiştir. Ayrıca işletme çalışanları tarafından ayrımcılık konusunda hiçbir şikâyet oluşmadığı ve işletme çalışanlarına eşit fırsatlar sunulduğu belirtilmiştir.

“Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığı incelendiğinde, öncelikle yönetici ve çalışanlar için oluşturulan etik kuralların sunulduğu gözlemlenmiştir. İşletme etik kurallarında sağlıklı, güvenli ve kişisel gelişimi destekleyen eşit bir iş ortamı sağlandığı vurgusu yapılmıştır. Ayrıca, sosyal sorumluluk politikası bağlamında etkin olunan alanda istihdam yaratmak, doğal kaynakları sürdürülebilir şekilde kullanmak ve insan sağlığına zarar vermemek konularının benimsendiği bildirilmiştir. Ancak bu konular çerçevesinde gerçekleştirilen herhangi bir faaliyetle ilgili bilgiye tarafımızca ulaşılamamıştır.

“Bağış ve Yardım Politikası” alt başlığı altında ise işletmenin toplum refahının gelişimine katkı sağlamak için sosyal yardımlaşma kuruluşları, eğitim ve kamu kurumları ile sosyal sorumluluk projeleri yürüten vakıflarla işbirlikleri yapıldığı ifade edilmiştir. Ancak raporda 2016 yılı içinde sosyal sorumluluk projeleri dâhilinde herhangi bir bağış yapılmadığı belirtilmiştir.

### **5.3.3.3. Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.’nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş. tarafından yayımlanan herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Bu nedenle işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 23 sayfadan oluşan 2016 kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İşletmenin 2016 yılına ait kurumsal faaliyet raporu incelendiğinde, “Menfaat Sahipleri” başlıklı bölümde “Etik Kurallar Sosyal Sorumluluk” alt başlığı dikkat çekmektedir. İşletmenin sosyal sorumluluk yaklaşımı bağlamında çevreye önem verdiği vurgulanırken, işletme tarafından oluşturulan etik kuralların açıklanmaması dikkat çekmektedir.

Güvenilir ve çevreyi önemseyen bir işletme olarak gelir ve istihdam yaratma hedefini bildiren Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş., bu hedef bağlamında gerçekleştirdiği herhangi bir sosyal sorumluluk faaliyetini rapor üzerinde belirtmemiştir. Bununla beraber rapor genel olarak incelendiğinde, işletmenin 2016 yılında Türkiye Çevre Eğitim Vakfı’na 9.611 TL bağışta bulunduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca “İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığı altında işletme çalışanlarının haklarının korunduğu ve çalışma koşullarına önem verildiği bildirilmektedir. Çalışan ayrımcılığı ile mücadele konusunda vurgu yapıldığı saptanmıştır. Yine işletme çalışanlarının refahını artırmaya yönelik diğer faaliyetlere “Personel ve İşçi Hareketleri” bölümünde yer verildiği tespit edilmiştir. “Menfaat Sahiplerinin Yönetime Katılımı” alt başlığında ise çalışan ve tedarikçi taleplerinin iletildiği toplantılar ve eğitim programları gerçekleştirildiği belirtilmiştir.

#### **5.3.3.4. Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş. tarafından yayımlanan herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Bu nedenle işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 28 sayfadan oluşan kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İşletmenin 2016 yılında yayımladığı kurumsal faaliyet raporunda da kurumsal sosyal sorumluluk ana başlığı altında oluşturulan bir bölümün olmadığı gözlemlenmiştir.

Raporda yer alan “Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığı altında işletmenin çevreyle ilgili duyarlı hareket ettiği ve çevreye olan olumsuz etkisi bağlamında hiçbir ceza alınmadığı bildirilmiştir. İşletmenin 2016 yılında gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk projeleri doğrultusunda 50 TL bağış yaptığı belirtilmiştir. Raporda “İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığında çalışanlar için gerçekleştirilen adil ücretlendirme, mesleki eğitim ve gelişim fırsatları ve ödül sistemleri hakkında bilgiler bulunmaktadır. Ek olarak 2016 yılında ayrımcılık temelinde hiçbir çalışandan şikayet alınmadığı vurgusu yapılmıştır. İşletmenin sahip olduğu iki tesisten biri olan Talya Oteli, Divan Turizm İşletmeleri tarafından yönetilmektedir. Divan’ın kurumsal web sitesi üzerinden yayımladığı kurumsal sosyal sorumluluk raporuna tarafımızca ulaşamamıştır. Ancak işletmenin ana sayfası üzerinden “Çevre Politikası” bilgi kitapçığı yayımlandığı gözlemlenmiştir. İşletmenin çevre politikası incelendiğinde, geri dönüşümü artırarak atık üretimini azaltma, paydaşları çevre yönetimi konusunda bilinçlendirme, enerji verimliliğini sağlayan teknolojilerden yararlanma gibi faaliyetlerin yer aldığı saptanmıştır.

#### **5.3.3.5. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Martı Otel İşletmeleri A.Ş. tarafından yayımlanan herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Bu bağlamda işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 62 sayfadan oluşan kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İşletmenin 2016 yılında yayımlanan faaliyet raporu incelendiğinde, raporda “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” ana başlığının yer aldığı gözlemlenmiştir. Başlık altında sunulan içerik incelendiğinde, işletmenin 2012 yılında BM Küresel İlkeler Sözleşmesi’ne üye olduğu ve bu bağlamda insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele çerçevesinde belirlenen 10 maddeye paralel şekilde faaliyetler gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda insan hakları ihlaline, rüşvete ve çocuk işçi çalıştırılmasına karşı bir tutum içinde

olunduğu, çevrenin sürdürülebilir gelişimi için çevre dostu teknolojilerin gelişmesinin desteklendiği ifade edilmiştir.

Raporun tamamı incelendiğinde, “Genel Bilgiler” ana başlığı altında işletmenin toplumun refahı için gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetleri dikkat çekmektedir. Bu kapsamda eğitim alanında katkı sağlamak için sivil toplum örgütleri ile işbirlikleri kurulduğu ve Turizm Meslek Lisesi ve İlköğretim okullarına yardım yapıldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca işletme, istihdam oluştururken kadın bireylere ve yerel topluma yönelik pozitif ayrımcılığı desteklediğini belirtmiştir. Çevreye yönelik sosyal yükümlülükler bağlamında, tarihi bölgelerdeki tabelaların oluşturulması ve denizdeki gemi atıklarının temizlenmesi gibi faaliyetlerin gerçekleştirildiği ifade edilmiştir.

Raporda yer alan “İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığında ise çalışanların sağlığı ve refahını yükseltme hedefi vurgulanmıştır. Ayrıca “Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığında, yönetim kurulu tarafından işletme çalışanları için etik kuralların oluşturulduğu ve yıl içinde çalışanlar tarafından ayrımcılık konusunda bir şikâyet alınmadığı bildirilmektedir. İşletmenin 2016 yılında vakıf ve derneklere 47.781 TL bağış yaptığı ifade edilmektedir. Bununla beraber işletmenin; Travelife Gold Ödül (Turizmde Sürdürülebilirlik Altın Ödülü), Yeşil Yıldız (Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi), Mavi Bayrak (Temiz Deniz ve Sahil Ödülü), Hotel Greening Project (Yeşillenen Oteller Projesi Ödülü), TUI Environmental Champion (TuiÇevre Şampiyonu Ödülü) olmak üzere çevre ve sürdürülebilirlik alanında toplam 5 ödülün sahibi olduğu tespit edilmiştir.

#### **5.3.3.6. Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.’nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş. tarafından yayımlanan herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Bu nedenle işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 75 sayfadan oluşan 2016 kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İşletmenin 2016 yılına ait kurumsal faaliyet raporu incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk ana başlığına yer verilmediği gözlemlenmiştir. Ancak raporda, “Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığı altında işletmenin yasalara olan bağlılığının belirtildiği ve çevreye zarar verme bağlamında hiçbir davaya dâhil olunmadığı vurgulanmıştır. Yine aynı başlık altında işletme tarafından etik kuralların oluşturulduğu ve tüm paydaşlarla olan ilişkilerde insan hakları bilinci ile hareket edildiği ifade edilmiştir. İşletme yönetiminin, çalışanların kişisel ya da maddi konularda yaşadığı problemlerin çözümüne yardımcı olmak içinde faaliyetler gerçekleştirdiği ifade edilmiştir.



Raporun tamamı incelendiğinde “İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığında işletmenin, çalışanları için hakların korunduğu güvenilir bir çalışma ortamı sunduğu ve fırsat eşitliği politikasına önem verdiği belirtilmiştir. Yine çalışanlar arasında ücretlendirme dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, inanç, din, mezhep, yaş, fiziksel engel gibi konularda ayrımcılık yapılmadığı ifade edilmiştir.

“Bağış ve Yardım Politikası” başlığı altında ise işletmenin eğitim, çevre, sanat, kültür ve spor gibi alanlarda çeşitli kurum ve kuruluşlara yardım ve bağış yapılabileceği belirtilmiştir. Ancak raporda yıl içinde yapılan bir bağışın olmadığı gözlemlenmiştir.

### **5.3.3.7. Petrokent Turizm A.Ş.’nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Faaliyet Kurumsal Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Petrokent Turizm A.Ş.tarafından yayımlanan herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Bu nedenle işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 5 sayfadan oluşan 2016 kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. 2016 yılına ait kurumsal faaliyet raporu genel olarak incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımıyla gerçekleştirilen herhangi bir faaliyete yer verilmediği gözlemlenmiştir. Raporda, yıl içinde işletme tarafından bağış yapılmadığı da bildirilmiştir.

### **5.3.3.8. Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.’nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş. tarafından yayımlanan herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Bu nedenle işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 16 sayfadan oluşan 2016 kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İşletmenin 2016 yılında yayımlanan 16 sayfalık kurumsal faaliyet raporu incelendiğinde, “Sosyal Sorumluluk” ana başlığı altında gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer verildiği tespit edilmiştir. İşletme bünyesinde faaliyet gösteren Club Zigana konaklama tesisinin mutfak bölümünde, işletmenin faaliyet gösterdiği bölgede yaşayan yerel halkın ürettiği tarım ürünlerinin kullanıldığı belirtilmiştir. İşletmenin bu bağlamda yerel halkın kalkınması ve istihdamın desteklenmesi için yükümlülüklerini yerine getirdiği gözlemlenmiştir. Ayrıca tesisin Mavi Bayrak sertifikası sahibi olduğu, yıl içinde çevreye verdiği zarardan dolayı hakkında açılan bir dava olmadığı bildirilmiştir. İşletmenin yasal sınırlar içinde faaliyetlerini gerçekleştirdiği ve tesiste sürekli gürültü ölçümü yapıldığı belirtilmiştir.

“İnsan Kaynakları Politikası” başlığı altında çalışanlara mesleki gelişimleri için eğitim fırsatları sunulduğu, iş sağlığının önemsendiği, fırsat eşitliğinin sağlandığı ve çalışan motivasyonu adına farklı sosyal etkinliklerin gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. Ayrımcılık konusunda yönetime bildirilen bir şikayetin olmadığı gözlemlenmiştir. Raporunda işletme çalışanlarına yönelik oluşturulan etik kuralların varlığına vurgu yapılmaktadır. Ayrıca işletmenin tesisinden plajına kadar inen yolların yapımında, engelli bireylerin de düşünüldüğü ve onların da rahat bir şekilde kullanabilmesi için tasarlandığı belirtilmiştir. Raporunda işletmenin bağış politikası ile ilgili bir bölümün yer almaması dikkat çekmektedir.

### **5.3.3.9. Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.’nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.tarafından yayımlanan herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Bu nedenle işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 21 sayfadan oluşan 2016 kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. Raporunda “Çalışanların Sosyal Hakları, Mesleki Eğitimi İle Diğer Toplumsal Ve Çevresel Sonuç Doğuran Şirket Faaliyetlerine İlişkin Kurumsal Sorumluluk Faaliyetleri Hakkında Bilgi” başlığı altında gerçekleştirilen bazı faaliyetlerin bildirildiği gözlemlenmiştir. Başlık incelendiğinde, çalışan ücretlendirme politikası bağlamında işletmenin adil ücret yaklaşımını benimsediğinin bildirildiği saptanmıştır. Ayrıca çalışan sigortalarının yasal süreç içinde yapıldığı ve tesiste dönemsel çalışan bireylere barınma imkanı sunulduğu belirtilmiştir.

Raporunda işletmenin çevre, toplum, kültür, sanat ya da başka alanlarda gerçekleştirdiği bir sosyal sorumluluk faaliyetine yer verilmediği gözlemlenmiştir. “Dönem İçinde Yapılan Bağış Ve Yardımlar Hakkında Bilgiler” başlığı altında işletmenin 2016 yılında 6,664.90 TL bağış ve yardım harcaması yaptığı belirtilmekle birlikte, yapılan bağışla ilgili geniş bilgiye yer verilmediği saptanmıştır. Raporun tamamı incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımıyla gerçekleştirilen başka bir faaliyetin bulunmadığı belirlenmiştir.

### **5.3.3.10. Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.’nin 2016 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş. tarafından yayımlanan herhangi bir yıla ait kurumsal sosyal sorumluluk raporunun olmadığı saptanmıştır. Bu nedenle işletmenin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 34 sayfadan oluşan 2016 kurumsal faaliyet

raporu incelenmiştir. İşletmenin 2016 yılına ait kurumsal faaliyet raporunda “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri” başlığı altında sosyal sorumluluk yaklaşımı ile yapılan faaliyetlere yer verdiği tespit edilmiştir. Başlık incelendiğinde, işletme çalışanlarının kişisel gelişimleri için e-öğrenme, panel, seminer ve konferans gibi organizasyonlar gerçekleştirildiği gözlemlenmiştir. Rapor genel olarak incelendiğinde, işletme çalışanları dışında çevre konusuna verilen önemi gösteren bulgular tespit edilmiştir. İşletme, yatırımın gerçekleştirileceği bölgelerde çevresel bağlamda olumsuz etkiyi azaltmak için henüz proje aşamasındayken yapılan değerlendirmeler doğrultusunda önlemler aldığını belirtmektedir. Bu bağlamda Çevresel Etki Değerlendirme Yönetmeliği’ne ihtiyaç duyulan bölgeler için Çevresel Etki Değerlendirmesi raporu alındığı ifade edilmiştir. Çevresel Etki Değerlendirmesi; “gerçekleştirilmesi planlanan projelerin çevreye olabilecek olumlu ve olumsuz etkilerinin belirlenmesinde, olumsuz yöndeki etkilerin önlenmesi ya da çevreye zarar vermeyecek ölçüde en aza indirilmesi için alınacak önlemlerin, seçilen yer ile teknoloji alternatiflerinin belirlenerek değerlendirilmesinde ve projelerin uygulanmasının izlenmesi ve kontrolünde sürdürülecek çalışmalar bütünü” olarak tanımlanmaktadır (ÇED,2019). Ayrıca işletmenin iş sağlığı ve güvenliği ile çevre yönetimi sertifikaları sahibi olduğu görülmektedir. Yine işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde bağış politikasını belirlediği bildirilmiştir. Ancak 2016 yılı içinde bağış ve yardım yapılmadığı gözlemlenmiştir.

### **5.3.3.11. BIST Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılı Analiz Bulgularının Genel Değerlendirmesi**

Araştırmada, analize dahil edilen BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirme sıklığına göre belirlenen kodlardan temalar tanımlanmıştır. Belirlenen beş tema altındaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, 2016 yılında BIST konaklama işletmelerindeki varlığı ya da yokluğu Tablo 12’deki işaretlemelerle sunulmaya çalışılmıştır.

Tabloda; A:Enerji tasarrufunu, B:Su tasarrufunu, C:Atık yönetimini, Ç:Geri Dönüşümü, D:İklim değişikliğini, E:Emisyon azaltmayı, F:Çevre dostu tesisleri, G:Kültürel mirası korumayı, H:Eğitime desteği, I:İşsizlikle mücadeleyi, İ:Ulusal refaha desteği, J:Yerel refaha desteği, K:Sanata desteği, L:Doğal afetle mücadeleyi, M:Vakıfları, N:Bağışları, O:Adil ve eşit fırsatları, Ö:Mesleki gelişime desteği, P:Kişisel gelişime desteği, R:Tazminat ve ödülleri, S:Çalışan yardım programını, Ş:Çalışan çeşitliliğini, T:Çalışan sağlığını, U:Sorumlu kaynak kullanımını, Ü:Yerel kaynak kullanımını, V:Davranış kodunu, Y:İnsan haklarını, Z:Kaçakçılıkla mücadeleyi, W:Hayvan refahını, Q:Hissedar ilişkilerini, X:Tedarikçi ilişkilerini, α:Misafir ilişkilerini, β:Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında

kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini ifade etmektedir.



**Tablo 12.**BIST Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılında Gerçekleştirdiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE								TOPLUM								ÇALIŞANLAR								ETİK UYG.					SEKTÖR				%	
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	W	Q	X	α	β		100
1.Altinyunus Çeşme	+	+	+	+		+			+			+	+			+	+	+	+	+	+	+			+			+	+	+	+	+	69,69		
2.Avrasya									+	+	+					+	+	+	+				+						+					30,30	
3.Kuştur Kuşadası									+	+	+					+	+	+	+										+	+	+			30,30	
4.Marmaris Altinyunus	+		+	+												+	+	+	+				+						+	+		+		33,33	
5.Martı Otel									+	+	+		+			+	+	+	+			+	+					+		+	+			45,45	
6.Merit									+			+				+	+			+	+							+	+	+	+			36,36	
7.Petrokent																			+														+		6,06
8.Tek-Art										+							+			+			+			+	+			+	+	+			27,27
9.Ulaşlar																+	+	+												+					12,12
10.Ütopya																+		+	+				+							+	+	+			21,21

Tablo 12 incelendiğinde, analize dâhil BIST konaklama işletmelerinden sadece dört tanesinin 2016 yılında çevreye olan duyarlılıklarını ve çevresel ayak izlerini azaltmak için gerçekleştirdikleri faaliyetleri “Çevre” teması altında bildirdikleri gözlemlenmiştir. Ancak “Çevre” teması altındaki kodlar incelendiğinde, işletme raporlarında çevre ile ilgili faaliyetlerine yoğun bir şekilde yer verilmediği saptanmıştır. Tema altında oluşturulan 8 kod içinden 5 tanesi ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiğini belirten Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin analiz dâhilindeki BIST konaklama işletmeleri içinden 2016 yılında çevre bağlamında en çok faaliyet gerçekleştiren işletme olduğu saptanmıştır. Ayrıca raporunda “Emisyon Azaltma” ve “Su Tasarrufu” kodları ile ilgili bilgi sunan tek işletmenin Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. olduğu gözlemlenmektedir. Bununla birlikte “Enerji Tasarrufu”, “Atık Yönetimi”, “Geri Dönüşüm” ve “Kültürel Mirası Koruma” kodlarının, diğer kodlara göre daha çok faaliyet gerçekleşen alanlar olduğu görülmektedir. Son olarak “Çevre” teması altındaki kodlardan “İklim Değişikliği” ve “Çevre Dostu Tesisler” kodları ile ilgili hiçbir BIST konaklama işletmesinin sosyal sorumluluk faaliyetini bildirilmemesi dikkat çekmektedir.

Tabloda yer alan “Toplum” teması incelendiğinde, BIST konaklama işletmelerinin, raporlarında genelde toplumun ihtiyaçlarına karşılık verebilmek için gerçekleştirdikleri hayırseverlik faaliyetlerini bildirdikleri görülmektedir. Bu doğrultuda “Bağış” kodunun en sık katılım gören kod olduğu görülmektedir. Buna karşın BIST konaklama işletmelerinin tamamının 2016 yılında yayımladıkları faaliyet raporlarında “Doğal Afetle Mücadele” ve “Vakıf” kodları ile ilgili bir bilgi sunmadıkları gözlemlenmektedir. Yine Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin çocuk orkestrası için çalgı aleti bağışında bulunarak “Sanata Destek” kodu altında faaliyet gösteren tek BIST konaklama işletmesi olduğu saptanmıştır. 2016 yılında tema altındaki sorumluluk faaliyetlerinden hiçbirine katılım sağlamayan tek işletmenin ise Petrokent Turizm A.Ş. olduğu tespit edilmiştir. “Eğitime Destek”, “İşsizlikle Mücadele” ve “Ulusal Refaha Destek” kodlarının işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmeyi tercih ettiği diğer alanlar görülmektedir.

Tablo 12 incelendiğinde, “Çalışanlar” temasının en çok kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirilen temalardan biri olduğu görülmektedir. Bu bağlamda BIST konaklama işletmelerinin 2016 yılında çalışan refahını iyileştirmeye özen gösterdiği düşünülmektedir. Tema altında oluşturulan “Adil ve Eşit Fırsatlar” kodunun en sık faaliyet gösterilen alan olduğu görülmektedir. Ücret politikaları ve çalışan işe alım süreçlerinde ayrımcılık yapılmadığı raporlarda sıkça vurgulanmaktadır. Ayrıca işletmeler tarafından “Mesleki Gelişime Destek”, “Tazminat ve Ödüller” ve “Çalışan Sağlığı” kodları ile ilgili daha çok bilginin sunulduğu tespit edilmiştir. “Çalışan Yardım Programı” ve “Çalışan Çeşitliliği” kodlarının ise daha az bilgi sunulan faaliyet alanları olması dikkat çekmektedir. Sadece “Tazminat ve Ödüller” kodu bağlamında faaliyetine yer vererek tema altında en az katılım gösteren işletmenin Petrokent Turizm A.Ş.

olduğu gözlemlenmektedir. Bununla birlikte Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin raporunda "Çalışanlar" teması altındaki bütün kodlarla ilgili faaliyetlerin yer aldığı ve bu bağlamda söz konusu tema bağlamında en çok katılım sağlayan işletme olduğu gözlemlenmektedir.

Oluşturulan tabloda yine yer alan "Etik Uygulamalar" teması altındaki kodların, BIST konaklama işletmeleri tarafından en az bilgi verilen sorumluluk alanları olduğu görülmektedir. "Davranış Kodları" işletmelerin en sık faaliyet gösterdiği alan olarak saptanmıştır. Bu bağlamda analiz kapsamındaki BIST konaklama işletmeleri, raporlarında işletme için etik kurallar oluşturduklarını belirtmektedir. Bununla birlikte "Sorumlu Kaynak Kullanımı" ve "Kaçakçılıkla Mücadele" kodları altında hiçbir işletmenin bilgi sunmadığı görülmektedir. Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin hayvan barınaklarına yaptığı gıda yardımları ile "Hayvan Refahı" kodu bağlamında faaliyet bildiren tek işletme olduğu saptanmıştır. Ayrıca Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin "Yerel Kaynak Kullanımı" kodu ile ilgili faaliyet gerçekleştiren tek BIST konaklama işletmesi olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 12'deki "Sektör" teması altında, işletmelerin paydaş ilişkileri bağlamında oluşturulan kodlara sıklıkla katılım sağladığı görülmektedir. Petrokent Turizm A.Ş. dışındaki tüm konaklama işletmelerinin "Hissedar İlişkileri" kodu ile ilgili bilgi sunduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda BIST konaklama işletmelerinin genel olarak hissedar ilişkilerine önem verdiği düşünülmektedir. İşletmeler tarafından en az faaliyet gösterilen alanın "Sektör İşbirliği" olduğu gözlemlenmektedir. Bu durumun işletmelerin başka sektörler içinde de faaliyet göstermesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. ile Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin "Sektör" teması altındaki tüm kodlara katılım gösterdiği görülmektedir. Buna karşın; Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş., Petrokent Turizm A.Ş. ve Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.'nin ise 2016 yılında tema bağlamında en az bilgi sunan BIST konaklama işletmeleri oldukları görülmektedir.

Tablo 12 genel olarak incelendiğinde, "Çalışanlar" ve "Sektör" temalarının BIST konaklama işletmelerinde en sık tercih edilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu gözlemlenmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan "Toplum" ve "Çevre" temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin "Toplum" teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği gözlemlenmektedir. Oluşturulan temalar altındaki 33 kod içinde en çok sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodların "Bağış" ve "Hissedar İlişkileri" olduğu görülmektedir. BIST konaklama işletmelerinin 2016 yılına ait yıllık faaliyet raporları ile kurumsal yönetim raporlarının analizi bağlamında, en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmenin Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın Petrokent Turizm A.Ş.'nin oluşturulan 33 kod içinden 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak

en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren işletme olduğu belirlenmiştir. Yine analiz dâhilindeki işletmelerin genel olarak birbirlerinden farklı oranlarda faaliyetlerini bildirdikleri saptanmıştır.

#### **5.3.4. BIST Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analiz Bulguları**

Analiz sürecinde 2017 yılında BIST konaklama işletmelerinin tamamının kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayımlamadıkları tespit edilmiştir. Bu sebeple işletmelerin yıllık kurumsal faaliyet raporları analize dâhil edilmiş ve işletmelerin gerçekleştirdiği ve kurumsal faaliyet raporlarında bildirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri incelenmiş ve araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen bulgular, her bir işletme özelinde alt başlıklarla ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra 2017 yılına ait genel değerlendirmeler oluşturulan matrisle gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

##### **5.3.4.1. Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin kurumsal web sitesi üzerinden 2017 yılına ait olarak erişilen ve 188 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İncelemede öncelikle yönetim kurulu başkanı tarafından hazırlanan bölümde, enerji, su ve atık tasarrufu alanına yer verildiği ve daha çok çevre konusuna vurgu yapıldığı saptanmıştır. Yine işletmenin 2017 yılı kurumsal faaliyet raporunda “Sürdürülebilir Çevre Anlayışı” ve “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” ana başlıkları altında gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer verdiği tespit edilmiştir.

“Sürdürülebilir Çevre Anlayışı” başlığı altında, işletmenin özellikle atık yönetimi politikasını açıkladığı gözlemlenmiştir. İşletmenin sürdürülebilir çevre anlayışı bağlamında, atık tasarrufu için %100 geri dönüştürülebilir kağıt ürünlerinin tercih edilmesi ve kullanımdan sonra tesislere gönderilmesi, arıtılan atık suların bahçe sulamada kullanılması ve jeotermal enerjinin daha sık tüketilmesi gibi faaliyetlerin gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Ayrıca yalıtım uygulamaları sayesinde enerji tüketiminin azaltıldığı belirtilmiştir. Tesisteki karbon salınımının %20 oranında düşürüldüğü ve karbon ayak izi artışının %10 oranla önlendiği bildirilmiştir. Ek olarak işletmenin sürdürülebilirlik alanında uygulamayı hedeflediği projelere yer verilmiştir. Başlık altında yine tesisin kendi elektrik, ısıtma ve soğutma ihtiyacını karşılayabilmesi için çalışmalar gerçekleştirdiği ifade edilmiştir.



“Kurumsal Sosyal Sorumluluk” başlıklı bölümde işletmenin özellikle eğitim ve çevre alanındaki projeleri dikkat çekmektedir. Eğitim alanında genç bireylerin eğitimine destek vermek için 5 üniversitede düzenlenen Kariyer Günleri’ne katılım gösterildiği belirtilmiştir. Ayrıca 2017 yılında farklı yaş gruplarından 62 öğrenciye tesis içinde staj yapma fırsatı sunulduğu ifade edilmiştir. Çevre alanında da hem hayvan refahını iyileştirme hem de gıda atığı yönetimi bağlamında belirlenen bir barınağa gıda yardımı yapıldığı bildirilmiştir. İşletmenin ayrıca çevre yönetimi ve eğitimi alanında gerçekleştirdiği faaliyetlerden dolayı aldığı ödüllere bu bölümden erişim sağlanabilmektedir. İşletme, 2017 yılında desteklediği projeler sayesinde 2 ödül almıştır.

Faaliyet raporunda işletmenin tedarikçiler ile ilişkilerine “Tedarikçilerle Güçlü İş Birliği” başlığı altında yer verildiği gözlemlenmiştir. Bu başlık altında tedarikçiler ile iletişime önem verildiği ve işletme tarafından tedarikçilerin gelişimine katkı sağlandığı belirtilmiştir. Özellikle satın alma kararlarında, tedarikçinin çalışma koşulları, çevre ve kalite konularındaki duyarlılığına dikkat edildiği bildirilmiştir. Ayrıca “Altın Yunus Ailesi” başlığında işletmenin çalışanları için gerçekleştirdiği sorumluluk faaliyetlerine yer verilmiştir. İşletme çalışanlarının gelişimleri için 2017 yılında 3.067 saat eğitim fırsatı sağlandığı ifade edilmiştir. Çalışanlara yıl içinde mesleki eğitim alanında misafir karşılama ve uğurlama, satış paketleri, iş sağlığı ve güvenliği, atık geri dönüşümü, misafir iletişimi, masaj, hamam bakımları gibi konularda eğitim verildiği gözlemlenmiştir. Raporda yer alan “Bağışlar ve Yardımlar” alt başlığı altında 2017 yılında farklı vakıf ve kurumlara 7.770 TL bağış yapıldığı ve bağıştan faydalananlarla ilgili geniş bilginin ortaklarla paylaşıldığı belirtilmiştir. “Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığı incelendiğinde işletme paydaşlarından üretici, tedarikçi ve çalışanlarla yapılan iş birlikleri sayesinde çevre üzerindeki olumlu etkinin devamlı geliştirilmesi için çalışmalar yürütüldüğü bildirilmiştir. İşletmenin dahil olduğu Yaşar Holding A.Ş. tarafından oluşturulan etik kurallarının benimsendiği ifade edilmiştir. İşletmenin çevre ve sosyal sorumluluk bağlamında gerçekleştirdiği faaliyetlerden elde ettiği başarılar “Ödüller ve Sertifikalar” başlığında sunulmuştur. Bu başlık altında, işletmenin 2004 yılında Mavi Bayrak ödülü aldığı, Yeşil Yıldız Otel Sertifikasının sahibi olduğu ve rüzgâr enerjisini kullanan ilk tesis olduğu ifade edilmiştir.

#### **5.3.4.2. Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.’nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.’nin kurumsal web sitesi üzerinden 2017 yılına ait olarak erişilen ve 83 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. Rapor incelendiğinde kurumsal sosyal sorumluluk ya da sürdürülebilirlik faaliyetlerinin belirtildiği bir ana başlık olmadığı gözlemlenmiştir.

Faaliyet raporunda, “İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığı altında işletme çalışanlarının mesleki gelişimlerinin eğitimler, konferanslar ve paneller ile desteklendiği bildirilmiştir. Ayrıca işletmenin tüm çalışanlarına eşit ve adil bir yaklaşım içinde olduğu belirtilmiştir. “Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığında, öncelikle işletme tarafından tüm yönetici ve çalışanlar için oluşturulan etik kurallar sunulmuştur. İşletme etik kurallarında genel olarak sağlıklı, güvenli, kişisel gelişimi destekleyen, eşit bir iş ortamı sağlandığı vurgusu yapılmıştır. İşletmenin sosyal sorumluluk politikası bağlamında etkin olunan alanda istihdam yaratmak, doğal kaynakları sürdürülebilir şekilde kullanmak ve insan sağlığına zarar vermemek konularının benimsendiği ifade edilmiştir. Ancak bu konular çerçevesinde gerçekleştirilen herhangi bir faaliyetle ilgili bilgiye tarafımızca ulaşamamıştır. “Bağış ve Yardım Politikası” alt başlığı altında, işletmenin toplum refahının gelişimine katkı sağlamak için sosyal yardımlaşma kuruluşları, eğitim ve kamu kurumları ile sosyal sorumluluk projeleri yürüten vakıflarla iş birlikleri yapıldığı ifade edilmiştir. Ancak raporda 2017 yılı içinde sosyal sorumluluk projeleri dahilinde herhangi bir bağış yapılmadığı belirtilmiştir.

#### **5.3.4.3. Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.’nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.’nin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 23 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. Rapor incelendiğinde, “Menfaat Sahipleri” bölümünde oluşturulan “Etik Kurallar Sosyal Sorumluluk” alt başlığı dikkat çekmektedir. Başlık altında çevreye karşı özenli yaklaşım ile işletmenin oluşturduğu istihdam ve gelir bağlamında misafir, çalışan ve hissedar menfaatlerini yükseltme hedefi belirtilmiştir. Ancak başlık altında işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk alanında gerçekleştirdiği bir faaliyete yer verilmediği gözlemlenmiştir.

Aynı bölümde yer alan “İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığında, çalışan haklarının önemsendiği ve işletmenin ayrımcılık karşısındaki tutumu bildirilmektedir. Raporda yine “Yıl İçinde Yapılan Bağışlar” başlığı altında işletmenin 2017 yılında Zübeyde Hanım Meslek Lisesi’ne 788 TL ve Bergama Kız Teknik Lisesi’ne 420 TL ve KODER’e 400 TL olmak üzere 1.608,00 TL bağışta bulunduğu belirtilmiştir. Yapılan bağış miktarının 2016 yılı ile karşılaştırıldığında artış gösterdiği gözlemlenmiştir. “Menfaat Sahiplerinin Yönetime Katılımı” alt başlığında ise işletme tarafından çalışan ve tedarikçi taleplerinin iletildiği toplantılar ve eğitim programlarının yapıldığı belirtilmiştir.

#### **5.3.4.4. Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 29 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İnceleme sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk ana başlığı altında oluşturulan bir bölümünün yer almadığı gözlemlenmiştir. Ancak raporda “Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığı altında, işletmenin faaliyetlerini gerçekleştirirken çevreye karşı özenli bir yaklaşım sergilendiği belirtilmiştir. Ayrıca Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.'nin çevreye olan olumsuz etkisi bağlamında işletmenin hiçbir ceza almadığı bildirilmiştir. Bununla birlikte, işletme tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine rapor içinde yer verilmediği saptanmıştır.

Raporun geneli incelendiğinde, işletmenin sosyal sorumluluk projeleri bağlamında 100 TL bağış yaptığı belirtilmiştir. Fakat yapılan bağışın etki alanı ve kurum bilgisine yer verilmemiştir. “İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığında çalışanlara yönelik gerçekleştirilen faaliyetler bulunmaktadır. Adil ücretlendirme, mesleki eğitim ve gelişim fırsatlarının yanı sıra yıl içinde işletme çalışanlarından ayrımcılık ile ilgili bir şikayet alınmadığı vurgusu yapılmıştır.

#### **5.3.4.5. Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 60 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. Raporda “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” ana başlığına yer verildiği gözlemlenmiştir. Söz konusu başlık altında, 2012 yılında BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne üye olan işletmenin insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele çerçevesinde belirlenen 10 madde ile uyum içerisinde faaliyetlerini gerçekleştirdiği belirtilmiştir.

Raporun tamamı incelendiğinde, “Genel Bilgiler” ana başlığı altında ise işletmenin sivil toplum örgütleri ile iş birliği içinde olarak eğitime katkı sağlamak adına çalışmalar yaptığı bildirilmiştir. Ayrıca eğitime verilen desteğin yanı sıra, istihdam oluşturulurken kadın bireylere ve faaliyet gösterilen bölgedeki yerel topluma yönelik pozitif ayrımcılığın desteklendiği gözlemlenmiştir. İşletmenin tarihi bölgelerde yön levhaları oluşturduğu ve gemi atıklarından arındırdığı bildirilmiştir. Ticari ahlak, doğal çevre ve topluma katkı, çalışanların kişisel ve mesleki gelişimi konularının işletme değerleri arasında yer aldığı ifade edilmiştir. İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığında çalışanların refahını artırmaya yönelik ifadeler olduğu saptanmıştır. “Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığı incelendiğinde, işletme çalışanları

için etik kurallar oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Ek olarak tüm faaliyet alanlarında sosyal sorumluluk yaklaşımı ile hareket edildiği ve yasalar uyum gösterildiği vurgulanmıştır. İşletmenin 2017 yılında sosyal sorumluluk projeleri bağlamında herhangi bir vakıf ya da derneğe bağış yapmadığı gözlemlenmiştir. Bununla beraber işletmenin Yeşil Yıldız Belgesi ve Mavi Bayrak ödülünün dışında çevre ve sürdürülebilirlik alanında 3 ödülün daha sahibi olduğu tespit edilmiştir.

#### **5.3.4.6. Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.’nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.’nin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 85 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İşletme tarafından 2017 yılında yayımlanan kurumsal faaliyet raporu incelendiğinde, kurumsal sosyal sorumluluk ana başlığı altında bir bölümün oluşturulmadığı görülmektedir. Raporun yer alan, “Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” alt başlığı altında işletmenin çevreyi koruma bağlamında yasalara olan bağlılığı belirtilmiştir. Ayrıca işletmenin çevre üzerindeki olumsuz etkisini içeren hiçbir davaya dahil olmadığı vurgulanmıştır. Bununla beraber işletme tarafından etik kuralların oluşturulduğu ve paydaşlarla olan faaliyetlerinde sosyal sorumluluk yaklaşımı içinde hareket edildiği ifade edilmiştir. Raporun “İnsan Kaynakları Politikası” alt başlığında işletmenin, çalışan haklarının korunduğu güvenilir bir çalışma ortamı sunduğu ve fırsat eşitliği politikasına önem verildiği gözlemlenmiştir. Ayrıca işletmenin, çalışan ücretlendirme politikasında ayrımcılığa karşı tutumunun vurgusu yapılmıştır. “Bağış ve Yardım Politikası” başlığı altında ise işletmenin sosyal, kültürel ve çevresel alanlarda çeşitli kurumlara yardım ve bağış yapılabileceği belirtilmiştir. Fakat raporun tamamı incelendiğinde yıl içinde herhangi bir kuruma bağışın yapılmadığı gözlemlenmiştir.

#### **5.3.4.7. Petrokent Turizm A.Ş.’nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Petrokent Turizm A.Ş.’nin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 5 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. Rapor genel olarak incelendiğinde, sosyal sorumluluk yaklaşımıyla gerçekleştirilen herhangi bir faaliyete ve başlığa yer verilmediği gözlemlenmiştir.

#### **5.3.4.8. Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.’nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.'nin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 24 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İşletmenin 2017 yılında yayımlanan 24 sayfalık kurumsal faaliyet raporu incelendiğinde, “Sosyal Sorumluluk” ana başlığı altında gerçekleştirilen sorumluluk faaliyetlerinin bildirildiği gözlemlenmiştir. İşletmenin, faaliyet gösterdiği bölgede yaşayan halkın ekonomik alanda kalkınması için, tarım ürünleri bağlamında yerel kaynakları kullanmayı tercih ettiği belirtilmiştir. Ayrıca çevreye yönelik tüm faaliyetlerinde yasal sınırlar içinde hareket edildiği vurgulanmıştır.

Raporda yer alan “İnsan Kaynakları Politikası” başlığı altında ise çalışanlara yönelik sosyal sorumluluklara yer verildiği gözlemlenmiştir. Çalışan gelişimi, iş sağlığı ve motivasyon gibi alanlarda gerçekleştirilen faaliyetler olduğu saptanmıştır. Rapor genel olarak incelendiğinde işletmenin bağış politikası ile ilgili bir bölümün oluşturulmadığı belirlenmiştir.

#### **5.3.4.9. Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 17 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. Raporda “Çalışanların Sosyal Hakları, Mesleki Eğitimi İle Diğer Toplumsal Ve Çevresel Sonuç Doğuran Şirket Faaliyetlerine İlişkin Kurumsal Sorumluluk Faaliyetleri Hakkında Bilgi” başlığı altında çalışanlara yönelik faaliyetler bildirilmiş ve çalışanlara eşit ücret verilmesi ve sigortalarının yasal süreç içinde yapılması için özen gösterildiği ifade edilmiştir. “Dönem İçinde Yapılan Bağış ve Yardımlar Hakkında Bilgiler” başlığı altında ise işletmenin 2017 yılında harcama yapmadığı bildirilmiştir. Rapor genel olarak incelendiğinde, işletmenin sosyal, çevresel, ekonomik ya da kültürel alanlarda gerçekleştirdiği bir sosyal sorumluluk faaliyetine yer verilmediği gözlemlenmiştir.

#### **5.3.4.10. Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.'nin 2017 Yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri İle Kurumsal Faaliyet Raporlarının Analizi**

Analiz sürecinde Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.'nin kurumsal web sitesi üzerinden erişilen ve 34 sayfadan oluşan 2017 yılı kurumsal faaliyet raporu incelenmiştir. İşletmenin kurumsal faaliyet raporu incelendiğinde, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri” başlığının oluşturulduğu belirlenmiştir. Başlıkta işletme çalışanlarının kişisel gelişimleri için panel, seminer ve konferans gibi organizasyonlar gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Ayrıca işletme

çalışanları dışında çevreyi koruma bağlamında gerçekleştirilen önlemler bildirilmiştir. Yine raporda işletmenin iş sağlığı ve güvenliği ile çevre yönetimi sertifikaları sahibi olduğu gözlemlenmiştir. İşletmenin kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde bağış politikasını belirlediği bildirilmiştir. Ancak 2017 yılı içinde bağış ve yardım yapılmadığı gözlemlenmiştir.

#### **5.3.4.11. BIST Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılı Analiz Bulgularının Genel Değerlendirmesi**

Araştırmada, analize dahil edilen BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirme sıklığına göre belirlenen kodlardan temalar tanımlanmıştır. Belirlenen beş tema altındaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, 2017 yılında konaklama işletmelerindeki varlığı ya da yokluğu Tablo 13'deki işaretlemelerle sunulmaktadır.

Tabloda; A:Enerji tasarrufunu, B:Su tasarrufunu, C:Atık yönetimini, Ç:Geri Dönüşümü, D:İklim değişikliğini, E:Emisyon azaltmayı, F:Çevre dostu tesisleri, G:Kültürel mirası korumayı, H:Eğitime desteği, I:İşsizlikle mücadeleyi, İ:Ulusal refaha desteği, J:Yerel refaha desteği, K:Sanata desteği, L:Doğal afetle mücadeleyi, M:Vakıfları, N:Bağışları, O:Adil ve eşit fırsatları, Ö:Mesleki gelişime desteği, P:Kişisel gelişime desteği, R:Tazminat ve ödülleri, S:Çalışan yardım programını, Ş:Çalışan çeşitliliğini, T:Çalışan sağlığını, U:Sorumlu kaynak kullanımını, Ü:Yerel kaynak kullanımını, V:Davranış kodunu, Y:İnsan haklarını, Z:Kaçakçılıkla mücadeleyi, W:Hayvan refahını, Q:Hissedar ilişkilerini, X:Tedarikçi ilişkilerini, α:Misafir ilişkilerini, β:Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini ifade etmektedir.

**Tablo 13.**BIST Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılında Gerçekleştirdiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE							TOPLUM							ÇALIŞANLAR						ETİK UYG.					SEKTÖR				%				
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	W		Q	X	α	β
1.Altinyunus Çeşme	+	+	+	+		+			+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+			+			+	+	+	+			69,69
2.Avrasya									+	+	+				+	+	+					+			+					+				30,30
3.Kuştur Kuşadası									+	+	+				+	+	+		+											+	+	+		30,30
4.Marmaris Altinyunus	+		+	+											+	+	+		+			+								+	+		+	33,33
5.Martı Otel									+	+	+		+		+	+	+				+	+			+	+			+		+	+	45,45	
6.Merit									+		+				+	+			+	+					+	+			+	+	+	+	36,36	
7.Petrokent																			+														+	6,06
8.Tek-Art										+						+			+			+			+	+				+	+	+		27,27
9.Ulaşlar															+	+														+				12,12
10.Ütopya															+		+	+					+							+	+	+		21,21

Tablo 13 incelendiğinde, 2017 yılında “Çevre” teması altında işletmelerin faaliyetleri sonucunda oluşan olumsuz etkileri azaltmaya ve çevreyi korumaya yönelik gerçekleştirilen uygulamaları bildirdikleri görülmektedir. Oluşturulan tema altındaki katılım oranları incelendiğinde, işletme raporlarında çevre ile ilgili faaliyetlere oldukça az yer verildiği gözlemlenmektedir. Analiz dahilindeki BIST konaklama işletmelerinden Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş., Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş., Martı Otel İşletmeleri A.Ş. ve Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.’nin “Çevre” teması altında faaliyetlerini bildirirken diğer 6 işletmenin konu bağlamında bilgi sunmadığı tespit edilmiştir. Tema altında oluşturulan kodlardan 5 tanesi ile ilgili sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiğini belirten Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin analiz dâhilindeki BIST konaklama işletmeleri içinde 2017 yılında çevre bağlamında en çok faaliyet gösteren işletme olduğu saptanmıştır. Ayrıca raporunda “Emisyon Azaltma” ve “Su Tasarrufu” kodları ile ilgili bilgi sunan tek işletmenin Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. olduğu gözlemlenmiştir. “Kültürel Mirası Koruma” kodu ile ilgili bilgi sağlayan iki işletmenin ise Martı Otel İşletmeleri A.Ş. ve Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş. olduğu saptanmıştır. “Çevre” teması altındaki “İklim Değişikliği” ve “Çevre Dostu Tesisler” kodları ile ilgili hiçbir BIST konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetini gerçekleştirmediği ve raporlarında bildirmediği saptanmıştır.

Tablo 13’de yer alan “Toplum” teması, işletmelerin toplumda yaşayan bireylerin güçlenmesine ve gelişmesine yardımcı olabilmek için gerçekleştirdikleri destek ve hayırseverlik faaliyetlerini kapsamaktadır. BIST konaklama işletmelerinin “Toplum” teması altındaki faaliyetleri incelendiğinde, “Bağış” kodunun en sık bilgi sunulan kod olduğu görülmektedir. İşletmelerin daha sık sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirme eğiliminde olduğu alanların ise “Eğitime Destek” ve “İşsizlikle Mücadele” olarak tespit edilmiştir. Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. ve Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.’nin oluşturulan 8 kod içinden 4 tanesi ile ilgili bilgi sunarak 2017 yılında tema içinde en çok faaliyet bildiren işletmeler olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin “Sanata Destek” kodu altında faaliyet gösteren tek BIST konaklama işletmesi olduğu saptanmıştır. BIST konaklama işletmelerinin tamamının ise 2017 yılında yayımladıkları faaliyet raporlarında “Doğal Afetle Mücadele” ve “Vakıf” kodları ile ilgili bir bilgi sunmadıkları gözlemlenmiştir. Tema altındaki sorumluluk faaliyetlerinden hiçbirine katılım sağlamayan işletmelerin ise Petrokent Turizm A.Ş. ve Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş. olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 13 incelendiğinde, “Çalışanlar” teması altında oluşturulan kodların 2017 yılında BIST konaklama işletmeleri tarafından en çok kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirilen alanlardan biri olduğu görülmektedir. BIST konaklama işletmelerinin raporlarında söz konusu tema altında, özellikle çalışan ayrımcılığına karşı tutumlarına yer verdikleri gözlemlenmiştir. Bu



doğrultuda “Adil ve Eşit Fırsatlar” kodunun tema altında en sık bilgi sunulan alan olduğu görülmektedir. Ayrıca “Mesleki Gelişime Destek” ve “Çalışan Sağlığı” kodlarının işletmeler tarafından yoğun katılım gördüğü tespit edilmiştir. Analiz dahilindeki BIST konaklama işletmelerinden sadece iki tanesinin “Çalışan Yardım Programı” ve “Çalışan Çeşitliliği” kodları ile ilgili faaliyet gösterdiği dikkat çekmektedir. Ayrıca Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin faaliyet raporunda “Çalışanlar” teması altındaki bütün kodlarla ilgili bilgi sunan ve en çok katılım sağlayan işletme olduğu belirlenmiştir.

2017 yılında “Etik Uygulamalar” temasının, araştırmaya dahil edilen BIST konaklama işletmeleri için üzerinde az durulan bir sorumluluk alanı olduğu gözlemlenmiştir. “Sorumlu Kaynak Kullanımı” ve “Kaçakçılıkla Mücadele” kodları altında hiçbir işletmenin bilgi sunmadığı saptanmıştır. “Hayvan Refahı” kodu bağlamında ise faaliyet bildiren tek konaklama işletmesinin Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. olduğu saptanmıştır. “Davranış Kodları” ise işletmelerin en sık faaliyet bildirdiği alan olarak tespit edilmiştir. Bu kod ile ilgili bilgi sunan işletmelerin raporlarında, faaliyetler gerçekleştirilirken etik kurallar doğrultusunda hareket ettiklerini bildirmektedirler. Ayrıca Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.’nin “Yerel Kaynak Kullanımı” kodu ile ilgili faaliyet belirten tek BIST konaklama işletmesi olduğu saptanmıştır.

“Sektör” teması altında işletmelerin raporlarında hissedar, tedarikçi, misafir ilişkileri ve sektörel bağlamdaki işbirliklerine yer verme sıklığı ölçülmeye çalışılmıştır. İşletmeler tarafından en az faaliyet gösterilen alanın “Sektör İş birliği” olduğu gözlemlenmektedir. BIST konaklama işletmelerinin paydaş ilişkileri ile ilgili oluşturulan kodlara sıklıkla katılım sağladığı görülmektedir. Petrokent Turizm A.Ş. dışındaki tüm konaklama işletmelerinin 2017 yılında “Hissedar İlişkileri” kodu ile ilgili bilgi sunduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda BIST konaklama işletmelerinin özellikle hissedar ilişkilerine önem verdiği düşünülmektedir. Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş. ve Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin “Sektör” teması altındaki tüm kodlara katılım gösterdiği görülmektedir. Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş., Petrokent Turizm A.Ş. ve Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.’nin tema bağlamında en az bilgi sunan BIST konaklama işletmeleri oldukları saptanmıştır.

Tablo 13 genel olarak incelendiğinde, analiz dahilindeki işletmelerin genel olarak birbirlerinden farklı oranlarda faaliyetlerini bildirdikleri görülmektedir. “Çalışanlar” ve “Sektör” temalarının BIST konaklama işletmelerince en sık tercih edilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu gözlemlenmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Toplum” ve “Çevre” temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin “Toplum” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği gözlemlenmektedir. Oluşturulan temalar altındaki 33

kod içinde en çok sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodların “Bağış” ve “Hissedar İlişkileri” olduğu görülmektedir.

BIST konaklama işletmelerinin 2017 yılına ait kurumsal yönetim raporlarının analizi bağlamında, en çok kurumsal sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmenin Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte Petrokent Turizm A.Ş.’nin oluşturulan 33 kod içinden 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren işletme olduğu saptanmıştır. 2017 yılı analiz sonuçlarının, 2016 yılına ait analiz sonuçları ile benzerlik taşıdığı gözlemlenmektedir. Bu durumun, işletmelerin 2016 yılında yayımlanan kurumsal faaliyet raporlarının içeriğinde çok az değişiklik gerçekleştirerek 2017 yılında tekrar sunulmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek için 2016 ve 2017 yılına ait kurumsal sosyal sorumluluk başlıklı ayrı rapor yayımlamadığı, söz konusu faaliyetlerin kurumsal faaliyet raporları aracılığı ile sunulduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte diğer BIST konaklama işletmelerinden farklı olarak Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş. tarafından 2017 yılında yayımlanmış “Çevre Politikası” bildirisi bulunmaktadır. İşletmelerden beş tanesinin faaliyet raporları içinde oluşturulan ana başlıklar altında, dört tanesinin ise alt başlıklar altında faaliyetleri raporladığı görülmüştür. İşletmelerin kurumsal faaliyet raporlarında genellikle yapmış oldukları bağış ve yardım politikaları ile ilgili açıklamalara yer verdikleri gözlemlenmiştir. Söz konusu raporlarda BIST konaklama işletmelerince yasal yükümlülüklerin yerine getirildiği vurgusunun sıklıkla yapıldığı görülmüştür. İşletmelerin kurumsal faaliyet raporlarında yer alan sosyal sorumluluk ile ilgili bölümlerde, çevresel ve toplumsal konularda verilen zararlar bağlamında ceza alınmadığı, haklarında açılan herhangi bir dava bulunmadığı gibi ifadelere çoğunlukla yer verildiği gözlemlenmiştir. Çalışanların sosyal hakları ve eğitimlerinin iyileştirilemesi için gerçekleştirilen faaliyetlerin bildirildiği, işletmelerin kazandığı ödüllerin ve aldıkları sertifikaların paylaşıldığı görülmüştür. İlgili bölümlerde işletmeler tarafından yazılı etik kuralların oluşturulduğuna ve faaliyetlerin gerçekleştirilirken etik kurallar çerçevesinde hareket edildiğine değinilmiştir.

### **5.3.5. Genel Değerlendirme**

Bu kısımda dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile BIST konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yıllarında gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri karşılaştırılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla yukarıda işletme ve yıl temelinde ayrı ayrı ifade edilen bilgiler ve oluşturulan tablolar birleştirilerek Tablo 14 ve Tablo 15’de sunulan matrislerle incelenmiştir. Öncelikle analize dahil 20 konaklama işletmesinin 2016 yılında

gerçekleştirdikleri ve kamuoyuyla paylaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve bu faaliyetler neticesinde yüzdelerlik performanslarına göre sıralanışı Tablo 14'de sunulmaktadır.

Tabloda; A: Enerji tasarrufunu, B: Su tasarrufunu, C: Atık yönetimini, Ç: Geri Dönüşümü, D: İklim değişikliğini, E: Emisyon azaltmayı, F: Çevre dostu tesisler, G: Kültürel mirası korumayı, H: Eğitime desteği, I: İşsizlikle mücadeleyi, İ: Ulusal refaha desteği, J: Yerel refaha desteği, K: Sanata desteği, L: Doğal afetle mücadeleyi, M: Vakıfları, N: Bağışları, O: Adil ve eşit fırsatları, Ö: Mesleki gelişime desteği, P: Kişisel gelişime desteği, R: Tazminat ve ödülleri, S: Çalışan yardım programını, Ş: Çalışan çeşitliliğini, T: Çalışan sağlığını, U: Sorumlu kaynak kullanımını, Ü: Yerel kaynak kullanımını, V: Davranış kodunu, Y: İnsan haklarını, Z: Kaçakçılıkla mücadeleyi, W: Hayvan refahını, Q: Hissedar ilişkilerini, X: Tedarikçi ilişkilerini, α: Misafir ilişkilerini, β: Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini ifade etmektedir.



Tablo 14 genel olarak incelendiğinde, her iki grup içinde “Çalışanlar” ve “Sektör” temaları altında oluşturulan kodların en sık tercih edilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu görülmektedir. Bu bağlamda analize dahil edilen işletmelerin, paydaşlarına yönelik gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha çok önem verdiği düşünülmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Toplum” ve “Çevre” temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin “Toplum” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği gözlemlenmektedir. Tabloda “Çevre” teması altında “Enerji Tasarrufu”, “Atık Yönetimi” ve “Geri Dönüşüm” kodlarının, “Toplum” teması altında “Bağış” kodunun, “Çalışanlar” teması altında “Adil ve Eşit Fırsatlar” kodunun, “Etik Uygulamalar” teması altında “Davranış Kodu” ve “Sektör” teması altında “Hissedar İlişkileri” kodlarının analize dahil edilen işletmeler tarafından en sık bilgi sağlanan alanlar oldukları tespit edilmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin tamamının “Enerji Tasarrufu”, “Atık Yönetimi” ve “Geri Dönüşüm” kodlarına katılım sağladığı görülürken, BIST konaklama işletmelerinden sadece iki tanesinin konu bağlamında faaliyetini bildirdiği görülmektedir. “Adil ve Eşit Fırsatlar” koduna marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin tamamı katılım gösterirken, BIST konaklama işletmelerinden sekiz tanesinin konu ile ilgili faaliyeti raporladığı görülmektedir. Genel olarak incelendiğinde, temalar altındaki 33 kod içinde en çok sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodun “Hissedar İlişkileri” olduğu saptanmıştır. Analize dahil edilen konaklama işletmelerinin 2016 yılına ait faaliyet ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının analizi bağlamında, en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmelerin Hilton Hotels Corporation, Hampton by Hilton, Marriott International Inc., Sheraton Hotels and Resorts ve Courtyard by Marriott olduğu tespit edilmiştir. Petrokent Turizm A.Ş.’nin ise oluşturulan 33 kod içinden 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren işletme olduğu saptanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda, 2016 yılı içerisinde marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve söz konusu faaliyetlere raporlarında yer verme düzeyleri arasında farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin, BIST konaklama işletmelerine göre daha sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği ve yayımladıkları raporlar aracılığı ile söz konusu faaliyetlerin bildirildiği tespit edilmiştir. Ayrıca BIST konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk raporlamalarının küresel raporlama girişimi ilkelerine uyumu bağlamında bir bulguya ulaşılmamıştır. Marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri tarafından yayımlanan raporlarda ve kurumsal web sitelerinin ilgili bölümlerinde küresel raporlama girişimi ilkelerine uyum ile ilgili bilgiler sunulduğu tespit edilmiştir.

Aşağıda sunulan Tablo 15’de ise analize dahil 20 konaklama işletmesinin 2017 yılında gerçekleştirdikleri ve kamuoyuyla paylaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve bu faaliyetler neticesinde yüzdeler performanslarına göre sıralanışı sunulmaktadır.





Tabloda; A:Enerji tasarrufunu, B:Su tasarrufunu, C:Atık yönetimini, Ç:Geri Dönüşümü, D:İklim değişikliğini, E:Emisyon azaltmayı, F:Çevre dostu tesisleri, G:Kültürel mirası korumayı, H:Eğitime desteği, I:İşsizlikle mücadeleyi, İ:Ulusal refaha desteği, J:Yerel refaha desteği, K:Sanata desteği, L:Doğal afetle mücadeleyi, M:Vakıfları, N:Bağışları, O:Adil ve eşit fırsatları, Ö:Mesleki gelişime desteği, P:Kişisel gelişime desteği, R:Tazminat ve ödülleri, S:Çalışan yardım programını, Ş:Çalışan çeşitliliğini, T:Çalışan sağlığını, U:Sorumlu kaynak kullanımını, Ü:Yerel kaynak kullanımını, V:Davranış kodunu, Y:İnsan haklarını, Z:Kaçakçılıkla mücadeleyi, W:Hayvan refahını, Q:Hissedar ilişkilerini, X:Tedarikçi ilişkilerini, α:Misafir ilişkilerini, β:Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini ifade etmektedir.

Tablo 15 genel olarak değerlendirildiğinde, 2017 yılında “Çalışanlar” ve “Sektör” temaları altında oluşturulan kodların hem BIST konaklama işletmeleri hem de marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri tarafından daha yoğun bir şekilde tercih edilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu gözlemlenmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Toplum” ve “Çevre” temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin “Toplum” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği gözlemlenmektedir. Tabloda “Çevre” teması altında “Atık Yönetimi” kodu ve “Toplum” teması altında ise “bağış” kodunun öne çıktığı görülmektedir. “Çalışanlar” teması incelendiğinde “Adilve Eşit Fırsatlar” ve “Mesleki Gelişime Destek” kodlarının en sık faaliyet raporlanan konular olduğu gözlemlenmektedir. “Etik Uygulamalar” teması altında “Davranış Kodu” ve “Sektör” teması altında “Hissedar İlişkileri”, “Misafir İlişkileri” ve “Tedarikçi İlişkileri” kodlarının analize dahil edilen işletmeler tarafından en sık bilgi sağlanan alanlar oldukları tespit edilmiştir. Genel olarak incelendiğinde, temalar altındaki 33 kod içinde en çok sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodun “Bağış” olduğu saptanmıştır. Analize dahil edilen konaklama işletmelerinin 2017 yılına ait faaliyet ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının analizi bağlamında, en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmelerin Hilton Hotels Corporation, Hampton by Hilton, Marriott International Inc., SheratonHotelsand Resorts ve Courtyard by Marriott olduğu tespit edilmiştir. Petrokent Turizm A.Ş.’nin ise oluşturulan 33 kod içinden 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren işletme olduğu saptanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda,2017 yılı içerisinde marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve söz konusu faaliyetlere raporlarında yer verme düzeyleri arasında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin, BIST konaklama



işletmelerine göre daha sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği ve yayımladıkları raporlar aracılığı ile söz konusu faaliyetlerin bildirildiği saptanmıştır. Ayrıca BIST konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk raporlamalarının küresel raporlama girişimi ilkelerine uyumu bağlamında bir bulguya ulaşılmamıştır. Marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri tarafından yayımlanan raporlarda ve kurumsal web sitelerinin ilgili bölümlerinde küresel raporlama girişimi ilkelerine uyum ile ilgili bilgiler sunulduğu tespit edilmiştir.



## 6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Küresel rekabette daha büyük pazar payına, itibara, güvenilirliğe ve marka bilinirliğine ulaşarak rakiplerinin önüne geçmek için büyük bir çaba gösteren işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk, giderek önem kazanan bir kavram haline gelmektedir. Özellikle tüm insanlığın ortak sorunu haline gelen çevre kirliliği, eğitim, sağlık, işsizlik, insan hakları, yolsuzluk gibi konular işletmelere yeni sorumluluklar yüklemekte, toplumsal beklenti ve isteklerin deartmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda işletmeler, beklentiler karşısında tüm paydaşları için gönüllü şekilde bu sorumlulukları yerine getirerek hem topluma hem de kendilerine fayda sağlamaya çalışmaktadırlar.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, toplumsal beklentilerin belirlenmesinden, üretilen mal ve hizmetin tercih edilmesi üzerindeki etkisine kadar farklı alanlarda çok yönlü yararlar sağlayabilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluğu bir iş felsefesi olarak benimseyerek uygulayan işletmeler, paydaşlarının istek ve ihtiyaçlarına daha hızlı bir şekilde cevap vermekle birlikte sosyal, çevresel, ekonomik gelişime de katkı sağlamaktadır. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmesinin yanı sıra bu faaliyetleri raporlamaları da önem arz etmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlayan işletmeler, bu sayede hem gerçekleştirdikleri uygulamaları hem de konu bağlamındaki hedeflerini paydaşlarına aktarma fırsatı elde etmiş olmaktadır. Ayrıca faaliyetlerin raporlar sayesinde kayıt altına alınması, konuyla ilgili gelişimin takibinin sağlanması ve faaliyetlerin sürdürülebilirliği adına da yarar sağlamaktadır. Paydaş katılımının sağlandığı, sürekliliğin esas alındığı, doğru iletişim ile etkileşimin yapıldığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmeler üzerindeki olumlu etkisi günümüzde artarak kabul görmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini tüm boyutları ile benimseyerek uygulayan işletmeler verimli kaynak kullanımı, yeni pazar alanları oluşturma, risk yönetimi, pazarlama gibi birçok konuda rakiplerine karşı kazandıkları avantajın farkına varmaktadırlar.

Günümüzde turizm sektörü, sürdürülebilir çevre ve ekonomik büyüme ile doğrudan etkileşim içinde olan sektörlerden biridir. Ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğin yanı sıra toplumsal fayda yaratmak için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmek, işletmeleri için kurumsal strateji ve planlamaların ana unsurlarından biri haline gelmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin olumlu çıktıları, konaklama işletmeleri için güçlü paydaş ilişkileri oluşturmak açısından da önem arz etmektedir. Bu bağlamda çevreyi ve kültürel mirası koruma, enerji ve atık yönetimi, yerel refahı kalkındırma, ayrımcılıkla mücadele, çalışanlar için adil çalışma koşulları, toplumun refahına katkıda bulunma, hissedar ve misafirler ile sağlıklı ilişkiler kurma konaklama işletmelerinin stratejileri için kilit konulardır. Çevre ve

topluma duyarlı hareket ederek kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştiren işletmelerin, söz konusu faaliyetleri paydaşlarına iletebilmesi de önemlidir.

Bu araştırmanın temel amacı BIST konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2016-2017 yıllarına ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlamalarının, içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek uluslararası bağlamda karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir

Araştırmada işletmelerin kurumsal web sitelerinin içerik analizi sonucunda, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine web sitelerinde yer verme eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir. Analize dahil edilen marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinde, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirdikleri ayrı bölümler oluşturulduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu Montalbo (2015) çalışmasıyla paralellik göstermektedir. Buna karşın BIST konaklama işletmeleri içinden sadece iki konaklama işletmesinin web sitelerinde konu bağlamında bölümler oluşturduğu gözlemlenmiştir. Günümüzde müşteriler tarafından ziyaret edilen web sitelerinin ana sayfalarında oluşturulan “sosyal sorumluluk” başlığı, işletmeler için olumlu itibar oluşturmakta ve fark edilirliliği artırmaktadır. İlerleyen zamanlarda BIST konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk ile ilgili gerçekleştirdikleri faaliyetleri bildirmek için kurumsal web sitelerinde ilgili bölümler oluşturmalarının, müşteriler gözünde olumlu bir imaj yaratılmasında etkili olacağı düşünülmektedir. BIST konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili haberleri kamuoyuna sunmak için web sitelerini araç olarak daha sık kullanması tarafımızca önerilmektedir.

Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinde oluşturulan başlık bölümleri için genelde “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” veya “Kurumsal Sorumluluk” gibi ifadeleri tercih ettikleri saptanmıştır. BIST konaklama işletmelerinin ise bölüm başlıkları olarak “Sosyal Sorumluluk Projeleri” ve “Sosyal Sorumluluk” ifadelerini tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin oluşturulan başlıklar altında hem gerçekleştirilen faaliyetlere hem de belirlenen hedeflere sıkça yer verildiği gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinde ise sosyal sorumluluk faaliyetleri bağlamında gelecek hedeflere yer verilmemesi dikkat çekmiştir. Halbuki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili gelecek yıllara ait hedeflerin oluşturulması, işletmelere geribildirim değerlendirme imkanı sunacak ve sürecin izlenmesine yardımcı olacaktır. Bu bağlamda BIST konaklama işletmelerinin gelecek yıllar için sosyal sorumluluk hedefleri oluşturması ve müşterilerle paylaşması tarafımızca tavsiye edilmektedir.

BIST konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinde sunulan bilgilerin görsel açıdan daha zayıf olduğu da gözlemlenmiştir. Ancak marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal web siteleri aracılığı ile sunduğu bilgileri, bilgi kitapçıkları ve videolar ile desteklediği

belirlenmiştir. Bu durumun, web sitelerini ziyaret edenlerin konuya daha çok odaklanması bağlamında iyi bir tercih olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda BIST konaklama işletmelerinin de gerçekleştirilen faaliyetlerin bildirilmesinde hareketli görseller ve bilgi kitapçıklarından yararlanılması önerilebilir. Ayrıca marka değeri en yüksek bazı konaklama işletmelerinin web sitelerinde, müşterilerin başış yolu ile sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılabilmesi için tasarlanan bölümler olması dikkat çekmiştir. Söz konusu faaliyetlere müşterilerin de dahil edilmesinin müşteri-işletme ilişkisini iyileştireceği ve müşteri bağlılığını etkileyeceği için BIST konaklama işletmelerinin de benzer faaliyetler gerçekleştirilmesi tarafımızca önerilmektedir.

Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinde sık “Çevre” teması altında faaliyet bildirdiği saptanmıştır. Söz konusu bulgu Ateşoğlu ve Türker (2010), Golja ve Nizic(2010), Sheldon ve Park(2011), Karadeniz ve Ünlübulduk (2018) çalışma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Ancak BIST konaklama işletmelerinin kurumsal web siteleri incelendiğinde, “Çalışanlar” ve “Sektör” temaları altında daha sık faaliyet bildirildiği gözlemlenirken, özellikle “Etik Uygulamalar” teması altında sadece iki işletmenin katılım sağladığı ve temaların genelinde bilgi sunulma oranlarının düşük olduğu gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinde, genelde tek bir alanda gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bildirilirken, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin çevre, toplum, çalışanlar gibi birçok alanda faaliyetlerini sunması dikkat çekmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını bir iş kültürü olarak benimseyip tüm faaliyet alanlarında gerçekleştirmenin işletmelere olan yararı göz önünde bulundurulduğunda, BIST konaklama işletmelerinin konu bağlamında daha özenli davranması önerilebilir.

İşletmelerin vizyon ve misyon ifadeleri incelendiğinde hem BIST konaklama işletmelerinin hem de marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili ifadelerine sık yer vermediği gözlemlenmiştir. Bu bulgu Montalbo (2015) çalışmasıyla paralellik göstermektedir. Analize dahil edilen 20 konaklama işletmesi içinden sadece 5 tanesinin (Wyndham Hotels and Resorts, Marriott International Inc., Hilton Hotels Corporation, Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş., Martı Otel İşletmeleri A.Ş.) vizyon ve misyon ifadelerinde, kurumsal sosyal sorumluluk ifadeleri içeren kelimeler kullandığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte her iki gruptaki işletmelerin konu bağlamında almış oldukları ödülleri kurumsal web siteleri üzerinden paylaşma eğiliminde oldukları saptanmıştır.

Analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinin sosyal medya hesaplarının (kurumsal Facebook ve Twitter hesapları) incelenmesi sonucunda paylaşılan gönderilerde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerine, BIST konaklama işletmelerine göre daha sık yer verdiği görülmüştür. Marka değerleri en yüksek konaklama işletmelerinin sosyal medya hesaplarında sağlık, çevre, eşitlik, toplum refahına katkı, sanat ve eğitim alanındaki birçok faaliyeti paylaştığı tespit edilmiştir. BIST konaklama

işletmelerinin en sık paylaştığı sosyal sorumluluk faaliyetleri arasında çevre temizliği için gerçekleştirilen etkinlikler ile katılım gösterilen sektör kongrelerinin haberleri, alternatif enerji türleri kullanımı ve çevre sertifikalarının vurgusu, sokak hayvanları için yapılan barınak ve gıda yardımları dikkat çekmektedir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin gerçekleştirdikleri faaliyetleri bildirirken, hareketli ve hareketsiz görsellerin yanı sıra rakamsal sonuçlarını da paylaşma eğiliminde oldukları görülmektedir. BIST konaklama işletmelerinin ilgili bildirimlerini paylaşırken daha çok yazılı metin ve hareketsiz görsellerden yararlandığı gözlemlenmiştir. Ayrıca BIST konaklama işletmelerinin, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerine göre, sosyal medya hesaplarını daha çok reklam, pazarlama, indirim haberleri gibialanlarında kullandıkları gözlemlenmiştir. Günümüzde sosyal medyanın geniş etki alanı ve paylaşımların hızlı yayılması üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda, gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini paylaşmanın, işletme imajına olumlu katkı sağlamak için iyi bir seçenek olduğu düşünülmektedir. Özellikle BIST konaklama işletmelerine, işletme kültürünü yansıtmak, rakipleri arasında farkındalık yaratmak ve tüketicileri harekete geçirmek için sosyal medya hesaplarını kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek bağlamında daha sık kullanmaları önerilebilir.

2016 yılında yayımlanan kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının ve faaliyet raporlarının analizi açısından incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin tamamının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek için kurumsal sosyal sorumluluk raporları yayımladıkları gözlemlenmiştir. Ancak BIST konaklama işletmelerinden hiçbirinin konu ile ilgili bilgi sunmak için özel bir kurumsal sosyal sorumluluk raporu hazırladığı saptanmıştır. 2016 yılı analiz sonuçlarında işletmelerin en sık bilgi sundukları temaların “Çalışanlar” ve “Sektör” olduğu tespit edilmiştir. Hem BIST konaklama işletmelerinin hem de marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin çalışanları için gerçekleştirdikleri faaliyetlere raporlarda sıkça yer verdikleri belirlenmiştir. Bu durumun, artan çalışan refahının performansa olumlu yansması açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Çevre” ve “Toplum” temaları karşılaştırıldığında, “Toplum” temasını oluşturan kodlarla ilgili daha çok bilginin sunulduğu saptanmıştır.

Raporlar genel olarak incelendiğinde, BIST konaklama işletmeleri ile marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlamada bölüm başlıkları sunumu itibari ile farklılıklar olduğunu söylemek mümkündür. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlarken, tüm paydaşlar için gerçekleştirilen faaliyetleri ayrı bölümler halinde sunduğu saptanmıştır. Buna karşın BIST konaklama işletmeleri ile ilgili aynı durumun geçerli olmadığı gözlemlenmiştir. Raporları etkili bir iletişim stratejisi olarak kullanmak için, içeriğinin ve yapısının oluşturulmasında özen gösterilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda BIST konaklama

işletmelerinin, sektörün öncü işletmeleri tarafından hazırlanan raporları incelemesi ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin nasıl raporlanması gerektiği ile ilgili çalışmalar gerçekleştirmesi tarafımızca önerilmektedir.

2017 yılında yayımlanan kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının ve faaliyet raporlarının analizi açısından incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinden iki tanesi dışındakilerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek için raporlar yayımladıkları saptanmıştır. Ancak 2016 yılında olduğu gibi, 2017 yılında da BIST konaklama işletmelerinin hiç birisinin kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayınlamadığı gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin, konu bağlamındaki yaklaşımlarını ve faaliyetlerini, yıllık kurumsal faaliyet raporlarında “İş Sağlığı ve Güvenliği, Genel Bilgiler, İnsan Kaynakları Politikası, Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” gibi başlıklar altında ve dağınık şekilde bildirdikleri saptanmıştır. Buna karşın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının; grafiklerden, çalışan ifadelerinden, oranlardan, gerçekleştirilen faaliyetlerin görsellerinden yararlanılarak profesyonelce hazırlandığı belirlenmiştir. Dolayısıyla BIST konaklama işletmelerinin aksine marka değeri en yüksek konaklama işletmelerine ait raporların, biçimsel anlamda oldukça ilgi çekici olduğu söylenebilir. 2017 yılı analiz sonuçlarında işletmelerin en sık bilgi sundukları temaların “Çalışanlar” ve “Sektör” olduğu tespit edilmiştir. Bu durum 2016 analiz sonuçları ile benzerlik taşımaktadır. Analiz sonuçlarında her iki yıl içinde “Sanata Destek” kodu bağlamında oldukça az sayıda bilgi sunulduğu görülmektedir. Analiz dahil edilen işletmeler için sanat konusunun öncelikli bir kurumsal sosyal sorumluluk alanı olmadığını söylemek mümkündür. Bu bulgu İçigen, Çevik ve Doğan (2016) çalışmaları ile benzerlik göstermektedir. İşletmelerin faaliyet alanlarındaki olumsuz çevresel etkisini azaltmaya, paydaşlarına ve toplum önceliklerine yönelik ihtiyaçlara cevap vermeye yönelik faaliyetlerle ilgili daha sık bilgi sunduğu gözlemlenmiştir.

Tez çalışmasında ayrıca BIST konaklama işletmeleri ile marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri karşılaştırılmaya çalışılmış ve 2016 ile 2017 yılına ait analiz sonuçlarında kod oranlarına sağlanan katılım bağlamında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. “Çevre” teması altındaki 2016-2017 yılları analiz sonuçları karşılaştırıldığında, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinde “enerji tasarrufu”, “geri dönüşüm”, “iklim değişikliği” ve “çevre dostu tesisler” kodları bağlamında 2016 yılında 2017 yılına göre daha fazla bilgi sunulduğu saptanmıştır. BIST konaklama işletmelerinin 2016 ile 2017 yılına ait analiz sonuçları karşılaştırıldığında “Çevre” teması altında yıllar bazında herhangi bir değişim olmadığı tespit edilmiştir.

“Toplum” teması altındaki 2016-2017 yılları analiz sonuçları karşılaştırıldığında, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinde “yerel refaha destek” ve “sanata destek” kodları dışındaki tüm kodlara katılım oranlarında farklılık olduğu gözlemlenmiştir. BIST konaklama

işletmelerinin analiz sonuçları karşılaştırıldığında ise “Toplum” teması altında yıllar bazında herhangi bir değişim olmadığı tespit edilmiştir.

“Çalışan” teması altındaki 2016-2017 yılları analiz sonuçları karşılaştırıldığında, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinde “kişisel gelişime destek” ve “çalışan çeşitliliği” kodları dışında kalan 6 kod ilgili bilgi sunma sıklıklarında farklılık olduğu gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinde ise genel olarak tema altında 2016-2017 yılları arasında bildirilen sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bir değişim olmadığı saptanmıştır.

“Etik uygulamalar” teması altındaki 2016-2017 yılları analiz sonuçları karşılaştırıldığında marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinde “sorumlu kaynak kullanımı”, “kaçakçılıkla mücadele” ve “hayvan refahı” kodları dışındaki tüm kodların katılım alma oranlarında bir değişim olmadığı gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin 2016 ile 2017 yılına ait analiz sonuçları karşılaştırıldığında “Toplum” teması altında yıllar bazında herhangi bir değişim olmadığı tespit edilmiştir.

“Sektör” teması altındaki 2016-2017 yılları analiz sonuçları karşılaştırıldığında, tüm temalar içinde kodlara sağlanan katılım oranı bağlamında hiçbir farklılık olmadığı saptanmıştır. Analiz dahilindeki bütün konaklama işletmelerinin paydaş ilişkileri ve sektörel işbirlikleri ile ilgili sunulan bilginin 2016 ve 2017 yılında aynı olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum “sektör” temasını diğer temalardan ayıran bir özellik olarak tespit edilmiştir.

2016 ve 2017 yılında yayımlanan raporlar incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının son bölümlerinde iklim değişikliği, yolsuzlukla mücadele, sürdürülebilirlik, insan hakları gibi konularda rehberlik eden Küresel Raporlama Girişimi İlkeleri’ne uyum bağlamında açıklamalara yer verildiği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte Martı Otel İşletmeleri A.Ş.’nin ve Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin BIST konaklama işletmeleri içinde BM Küresel İlkeler Sözleşmesi bağlamında bilgi sunan işletmeler olduğu tespit edilmiştir. BIST konaklama işletmelerinin yıllık faaliyet raporlarında çevre bağlamında duyulan hassasiyeti belirttiği ancak bağlamında gerçekleştirilen faaliyetlere çok az yer verdiği belirlenmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin ise kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında konulara olan yaklaşım ya da politikalarından çok uygulamalara ve rakamsal sonuçlara yer verdiği saptanmıştır. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin çevre bağlamında genelde enerji ve su tasarrufu, atık yönetimi, iklim değişikliği ile mücadele gibi konular hakkında faaliyetler gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin ise raporlarında enerji tasarrufu, kültürel mirası koruma ve atık yönetimi ile ilgili bilgi sunarken, iklim değişikliği ile mücadele etmek için gerçekleştirilen bir faaliyete ya da iş birliğine yer vermedikleri tespit edilmiştir.

Analize dahil edilen işletmelerde toplum yararına gerçekleştirdikleri faaliyetlerden biri olan eğitim ile ilgili faaliyetler gerçekleştirildiği görülmüştür. Marka değeri en yüksek

konaklama işletmelerinin bu bağlamda başış yolu ile öğrencilere destek sağladığı gözlemlenmiştir. Ayrıca marka değeri en yüksek işletmelerin büyük çoğunluğunun, hem kurumsal web sitelerinde hem de raporlarında yolsuzlukla mücadele için yapılan iş birliklerinin ve gerçekleştirilen faaliyetlerin bilgisinin sunulduğu saptanmıştır. BIST konaklama işletmelerinden ise sadece Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin konu bağlamındaki yaklaşımını açıkladığı saptanmıştır. Bu durumun, işletmenin kendi grubu içinde Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni imzalayan iki işletmeden biri olması ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda işletmelerin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet ve etki alanlarının genişlemesinin, işletmelerin gerçekleştirdikleri ulusal ve uluslararası işbirlikleri ile doğru orantılı olduğu düşünülmektedir.

2016 ve 2017 yılları analiz bulguları incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinden HiltonHotels Corporation ve Marriott International Inc. ile bünyelerinde faaliyet gösteren işletmelerin 2016 yılında 33 koddan 32 tanesine katılım göstererek, en sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti raporlayan işletmeler oldukları tespit edilmiştir. Ancak 2017 yılı analiz sonuçlarında eşitliğin bozulduğu ve Hilton grubunun 33 koddan 31 ile ilgili bilgi sağladığı saptanmıştır. Marriott International Inc. grubunun 33 koddan 32 tanesi bağlamında bilgi sunarak en sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti raporlayan işletme olduğu gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yılları analiz bulguları incelendiğinde, 2016 yılında Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.'nin 33 kod içinden 23 tanesine katılım göstererek en sık faaliyet raporlayan işletme olduğu görülmektedir. Bu durum, 2017 yılı analiz sonuçları içinde aynı olmuştur. 2016 ve 2017 yılında 33 kod içinden sadece 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az katılım gösteren işletmenin Petrokent Turizm A.Ş. olduğu belirlenmiştir. Yine BIST konaklama işletmelerinin paydaş ilişkileri bağlamında gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem verdiği görülmüştür. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluğu, daha çok hayırseverlik faaliyetleri ile bağdaştırdıkları görülmektedir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin ise neredeyse her alanda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmeye çalıştıkları ve raporlamaya büyük önem verdikleri gözlemlenmiştir.

Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında gerçekleştirilen sektörel işbirliği, BIST konaklama işletmelerinde gözlemlenememiştir. Bu kapsamda aynı sektörü paylaşan diğer işletmeler ile gerekli işbirlikleri yapılmalı ve ülkenin coğrafi güzelliklerini korumak ve geliştirmek için projeler yürütülmelidir. Ayrıca sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapmaları ve uluslararası organizasyonlar tarafından başlatılan kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerine katılmaları, kurumsal sosyal sorumluluğun işletme kültürü içinde yer bulmasına ve tüm faaliyet alanlarında gerçekleşmesine yardımcı olacaktır. Bunun yanı sıra akademi ve sektör işbirliği de bu konuda oldukça önem arz



etmektedir. BIST konaklama işletmelerinin, ulusal ve uluslararası bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile ilgili yapılan çalışmaları incelemesi tarafımızca önerilmektedir.

Analiz neticesinde elde edilen bulgular bağlamında BIST konaklama işletmelerinin genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramına yeterli önemi göstermediği ve faaliyetlerinde yer vermediği sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen raporlarda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha çok yasal zorunluluklar çerçevesinde benimsendiği tespit edilmiştir. İşletmelerin çoğunun, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili başlıkların altında gerçekleştirdikleri faaliyetlerden dolayı bir ceza almadıklarını belirtmeleri, bu durumun bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. BIST konaklama işletmelerinin, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının yasal yükümlülüklerin dışında gönüllü gerçekleştirilen faaliyetler olduğu bilincini taşımadıkları düşünülmektedir. Söz konusu bilincin oluşturulması için, gerekli birimler tarafından işletme paydaşlarına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili eğitimlerin verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca BIST konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlaması ile ilgili uygulamaları standartlaştırması gerekmektedir. Yine raporların uluslararası bağlamda uyum sağlamasının, işletmelere rakipleri arasında öne çıkma fırsatını da sunacağı düşünülmektedir. Bilinçli tüketiciler tarafından fark edilir olmayı sağlamak için aynı sektörde faaliyet gösteren marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin söz konusu faaliyetlerinin takibi sağlanmalı ve benzer uygulamalar BIST konaklama işletmeleri tarafından da gerçekleştirilmelidir. Sektör yapısı gereği istihdam ettiği bireylerin sayısal çokluğunu bir avantaja dönüştürmek için, işletme çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde aktif rol oynamalarını sağlamaları gerekmektedir.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin kuruluş ve işleyiş süreçleri sırasında oluşan kimyasal atık ve gıda atığı miktarı, su kirliliği, enerji kullanımı, kültürel yapı üzerindeki etkisi, yeşil alanın tahribatı gibi konular dikkatleri sektör ve çevre ilişkisine çekmiştir. İşletmeler çevre konusundaki beklentileri, gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile karşılayabilmektedir. Bununla birlikte tüketicilerin çevre bilinci seviyesindeki artışla birlikte, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem veriyor olması turizm katılımlarında tercih sebebi haline de gelmiştir. Sektörde faaliyet gösteren işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmeleri hem daha sık tercih edilmelerine hem derekabet avantajı kazanmalarına katkı sağlamaktadır. Sektör bazında öncü olan ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini işletme felsefesi haline getiren işletmelerin diğer işletmeler tarafından örnek alınması gerekmektedir. Sektör öncüleri tarafından turizmin sürdürülebilirliği için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmenin önemi bağlamında konferanslar düzenlenebilir, eğitimler verilebilir, sektörel işbirlikleri sağlanabilir, devlet desteği ve teşviklerinden yararlanılabilir. Ayrıca turizm

sektörüne yatırım yapan birey ve işletmelerin sosyal sorumluluğu benimsemiş işletmeleri tercih etmesi, sektörde ilgili faaliyetlerin çoğalmasına imkan sağlayabilir.

Araştırmada elde edilen sonuçlar, BIST konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yıllarına ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ve raporlamalarına ilişkin önemli bilgiler sunmaktadır. Bunun yanında yapılan literatür taraması neticesinde, turizm sektöründe faaliyette bulunan konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlanmasının belirlenmesine yönelik uluslararası karşılaştırmayı içeren bir çalışmaya tarafımızca rastlanmamıştır. Bu bağlamda gerçekleştirilen çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın sektör içindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili eksikliklerini görebilmeleri açısından önemli olduğu ve bu farkındalığın işletmeler tarafından lehine dönüştürüldüğünde piyasa performansını artırabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla gerçekleştirilen bu tez çalışmasının gelecekte yapılacak diğer araştırmalara kaynak teşkil edebileceği ve konaklama işletmeleri için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve raporlamaları ile ilgili eksik yönleri, fırsat ve tehditleri ortaya koyması açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilirken analiz süresinin iki yıl ile kısıtlı olması ve BIST konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk raporları yayınlamaması nedeniyle faaliyet raporlarının analize dahil edilmesi göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca liste içindeki konaklama işletmelerinden sağlıklı verileri olanların çalışma kapsamına alınmadıkları da göz önünde bulundurulmalıdır. Söz konusu işletmelerin gelecek yıllardaki raporlarına erişilmesi durumunda daha kapsamlı bir çalışmanın gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir. Turizm işletmeleri yöneticileri ile görüşülerek gerçekleştirilecek araştırmalar ile konuyla ilgili daha detaylı bulgular elde edilebilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda yine, uluslararası konaklama işletmeleri markalarının ülkemizde faaliyet gösteren alt markalarına ait konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri incelenebilir ve karşılaştırılabilir.

## KAYNAKLAR

- [1]. Akça, G. (2003). Ahilik geleneği ve günümüz fethiye esnafı. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 14, 209-219.
- [2]. Akgeyik, T. (2007). İnsan kaynakları yönetimi boyutuyla kurumsal sosyal sorumluluk: Bir Alan Araştırması. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 52, 66-105.
- [3]. Akmeşe, H. ve Aras, S. (2016). Borsa İstanbul'da işlem gören turizm işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk farkındalıkları ve uygulamaları. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18 (Özel Sayı-1); 917-942.
- [4]. Aksu, C. ve Aktuğ, E. (2011). Güney ege bölgesi termal turizm araştırması. *Güney Ege Kalkınma Ajansı*.
- [5]. Aktan, C. C. ve Börü, D. (Ed). (2007). *Kurumsal sosyal sorumluluk*. Ankara: SPK
- [6]. Aktan, C. C., Vural, İ.Y. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk (uluslararası kuruluşlar ve hükümet-dışı organizasyonlar tarafından sürdürülen başlıca girişimler). *Çimento İşveren Dergisi*, (Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler), 6.
- [7]. Alexis,G.Y. (2010). *Global sullivan principles*. Green Business.
- [8]. Alpaslan, A. (2012). *Kurumsal sosyal sorumluluk ve firma performansı arasındaki ilişki: türk sermaye piyasası üzerine bir inceleme*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- [9]. Alpaslan, A. (2012). *Kurumsal sosyal sorumluluk ve firma performansı arasındaki ilişki: türk sermaye piyasası üzerine bir inceleme*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- [10]. Altuğ, T. ve Akyol, A. (2018). Kurumsal yeşil imajın kurumsal web sitelerinde aktarımı: arçelik ve bosch örneği. *İNİF E-Dergi*, 3(1), 194-212.
- [11]. Argüden, Y. (2002) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. 1. Basım. İstanbul: Rota Yayın Yapım.
- [12]. Asatryan, R. (2013). Theeffect of csrinitiatives on customerloyalty in the airline industry. *Mathematics and Computers in Contemporary Science*, 66-71.
- [13]. Ashley, C.,Brine, P.D., Lehr, A. ve Wilde H. (2007). *The role of the tourism sector in expanding economi coppportunity*, The Fellows of Harvard College, Overseas Development Institute, International Business Leaders Form.
- [14]. Atay, L. ve Dilek, S.E. (2013). Konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamaları: Ibis otel örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 203-219.
- [15]. Ateşoğlu, İ. ve Türker, A. (2010). Konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerine yaklaşımı: Muğla ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 207-226.
- [16]. Avcı, N. ve Akdemir, İ. (2014). Konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk algısının iş doyumuna üzerine etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 14(1), 125-135.
- [17]. Aydede, C. (Ed). (2007). *Yükselen trend kurumsal sosyal sorumluluk*. İstanbul: MediaCat.
- [18]. Aydın, B. Ve Erdoğan, Z. (2016). Restoranların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin müşteri bağlılığına etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 3(1), 11-27.
- [19]. Balıkcıoğlu, B. ve Karacoğlu, K. (2007). Sosyal bir ürün olarak topluma pazarlanan hayırseverlik: stratejik hayırseverlik. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 121 - 141.

- [20]. Balmer, J.M.T. ve Greyser, S.A. (2006). Integrating corporate identity, corporate branding, corporate communications, corporate image and corporate reputation. *European Journal of Marketing*, 40, 7-8.
- [21]. Bansal, P. ve Kandola, S. (2003). Corporate social responsibility: Why good people behave badly in organizations. *Ivey Business Journal*, 1-5.
- [22]. Bassen, A.,Jastram, S. ve Meyer, K. (2005). Corporate social responsibility. *ZWFU*, 6(2), 231-236.
- [23]. Başar, B. (2014). Kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması ve finansal performans arasındaki ilişki: Borsa İstanbul'da işlem gören kimya-petrol-plastik sektörü şirketleri üzerine bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 21(2), 59-72.
- [24]. Başer, U. (2015). *Kurumsal sosyal sorumluluk algısı üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yaşar Üniversitesi, İzmir.
- [25]. Bay, E. (2006). *İsteğe bağlı kurumsal sosyal sorumluluk bileşeninin türkiye kapsamında incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- [26]. Bhatia, A. K. (2006). 15 Mart 2019 tarihinde [https://books.google.com.tr/books?id=hVevHV-izi8C&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.tr/books?id=hVevHV-izi8C&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) adresinden alınmıştır.
- [27]. Blinova, E.A., Gregoric, M., Dedusenko, E.A. ve Romanova, M.M. (2018). Corporate social responsibility in tourism: internationalpractices. *European Research Studies Journal*, XXI(3), 636-647.
- [28]. Borsa İstanbul. (2014). *Şirketler için sürdürülebilirlik rehberi*. İstanbul.
- [29]. Brandau,M., (2012). Factors beyond food attract Millennial diners 02.01.2019 tarihinde <http://nrn.com/latest-headlines/factors-beyond-foodattract-millennial-diners> adresinden alınmıştır.
- [30]. Budd, J. F. (1994). How to manage corporate reputations, *Public Relations Quarterly*, 39, 11-15.
- [31]. Büyükşalvarcı, A.,Şapcılar, M.C. ve Uyaroğlu, A. (2016). Kurumsal oteller ve sosyal sorumluluk projelerinin değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 12, 187-194.
- [32]. Can, M. (2013). *Zincir otel işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- [33]. Carroll, A.B. (1979). A Three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- [34]. Carroll, A.B. (1998). The four faces of corporate citizenship. *Business andSocietyReview*, 100/101: 1-7.
- [35]. Carroll, A.B. (1999). Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- [36]. Carroll, A.B. (2000). Ethical challenges for business in the new millennium: corporate social responsibility and models of management morality. *Business EthicsQuarterly*, 10, 1.
- [37]. Carson, R. (1960). *Silent spring*. CrestBook.
- [38]. Cech, P., Jindrichovska, I. ve Neubauer, J. (2018). Corporate social responsibility in hotel industry: empirical analysis of transitional market. *International Journal of Economicsand Business Administration*, VI, 1.

- [39]. Cemek, E.(2004). *Siyasi kurumsal sosyal sorumluluk: Türkiye örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Galatasaray Üniversitesi, İstanbul.
- [40]. Chan, W.W. ve Mak, B. (2005). An analysis of the environmental reporting structures of selected European airlines. *International Journal of Tourism Research*, 7, 249-259.
- [41]. Chapple, W. ve Moon, J.(2005). Corporate social responsibility (csr) in asia: a seven-countrystudy of csr web site reporting. *Business&Society*, 44(4), 415-441.
- [42]. Chen, F.Y., Chang, Y.H. ve Lin, Y.H. (2012). Customer perceptions of airline social responsibility and itseffect on loyalty. *Journal of Air Transport Management*, 20, 49-51.
- [43]. Cherapanukorn, V. Ve Focken, K. (2014). Corporate social responsibility (csr) and sustainability in asian luxury hotels: policies, practices and standards. *Asian Social Science*; 10, 8.
- [44]. Cingöz, A. ve Akdoğan, A.A. (2012). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri: Kayseri ili'nde bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 331-349.
- [45]. Coles, T., Fenclova, E. Ve Dinan, C.(2013). Tourism and corporate socia0 lresponsibility: Acritical review and research agenda. *Tourism Management Perspectives*. 6, 122-151.
- [46]. Çalışkan, O. ve Ünüsan, Ç. (2011). Otel çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk algısının iş tatmini ve işte kalma niyetine etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 154-166.
- [47]. Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*. 6, 1-18.
- [48]. Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 1-13.
- [49]. Dias, A., Rodrigues, L.L., Craig, R. ve Neves, M. E. (2018). Corporate social responsibility disclosure in small and medium-sizedentities and large companies. *Social Responsibility Journal*. 15(2), 137-154.
- [50]. Doğan, N. (2008). Kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 10(1-2), 1-22.
- [51]. Doğdubay, M ve Karan, İ. (2015). Yiyecek içecek işletmelerinde etik uygulamaların swot analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 24-32.
- [52]. Durovic, M.,Jakovic, B. ve Tubic, D. (2015). Hotel corporate social responsibility (CSR) Reporting. *The Macrotheme Review*, 4(6), 50-61.
- [53]. Dyllick, T. ve Hockerts, K. (2012). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business Strategyandthe Environment*, 11, 130-141.
- [54]. Epstein, E.M. (2002). The field of business ethics in the united states: past, present, future. *Journal of General Management*, 28, 2.
- [55]. Erkman, T. ve Şahinoğlu, F. (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin çalışan algıları ile örgütsel bağlılığın hizmet sektöründe incelenmesi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 33(2), 267-294.
- [56]. Ersöz, H. Y. (2007). *Türkiye' de kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişiminde meslek ve sivil toplum kuruluşları*. İstanbul: İTO
- [57]. Ettinger, A., Krauter, S. ve Terlutter, R. (2018). Online CSR communication in the hotel industry: Evidencefromsmallhotels. *International Journal of Hospitality Management*, 68, 94-104.
- [58]. FerrellO.C.,Ferrel, L. ve Fraedrich, J. (2008). Business ethics, ethical decision making and cases. Houghton Miffly Company, Eight Edition.

- [59]. Font, X. Ve Lynes, J. (2018). Corporatesocialresponsibility in tourism andhospitality. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1027-1042.
- [60]. Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increasets profits. *The New York Times Magazine*, 13.
- [61]. Garay, L. ve Font, X. (2012). Doing good to do well? corporate social responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 329-337.
- [62]. Gemici, B. Ç. (2010). *Kurumsal imaj ve itibar yönetiminde güncel bir iletişim stratejisi olarak kurumsal sosyal sorumluluk projeleri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- [63]. Gençyürek, A. G. (2014). *Gelişmekte olan ülkelerde kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans ilişkisi: Türkiye Örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [64]. Ghader, Z., Mirzapour, M. ve Henderson, J.C. (2019). Corporate social responsibility and hotel performance: A viewfromTehran, Iran. *Tourism Management Perspectives*. 29, pp.41-47.
- [65]. Gladwin, N.T., Kennelly, J.J., Krause, T.S. (1995). Shifting paradigms for sustainabled evelopment: implications for management theory and research. *Academy of Management Review*, 20(4), 874-907.
- [66]. Golja, T. ve Nizic, M. K. (2009). Corporate social responsibility in tourism – the most popular tourism destinations in croatia: Comparative Analysis. *Management*,15(2), 107-121.
- [67]. Gök, B. (2016). *Kurumsal itibar ve kurumsal sosyal sorumluluk ilişkisini anlatmaya yönelik bir çalışma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- [68]. Grosbois, D. D. (2012). Corporate social responsibility reporting by the global hotel industry: commitment, initiatives and performance. *International Journal of Hospitaley Management*, 31, 896-905.
- [69]. Gündüz, F. ve Barlı, Ö. (2013). Genel olarak otel işletmelerini etkileyen sorunlar: Doğu Anadolu bölgesindeki otel işletmelerine yönelik bir uygulama. *Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2,1-21.
- [70]. Gürel, T. (2010). Kurumsal sosyal sorumlulukta yeni yaklaşımlar ve tartışılan konular. *Selçuk İletişim*, 6(3), 111-122.
- [71]. Güzel, T. (2010). Kurumsal sosyal sorumluluk yönelimli otel işletmeleri uygulamaları. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 285-304.
- [72]. Hahn, T. ve Scheermesser, M. (2006). Approaches to corporate sustainability among german companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13, 150–165.
- [73]. Hansen, S. D.,Dunford, B. B., Boss, A.D., Boss, R. W. ve Angermeier, I. (2011). Corporate social responsibility and the benefits of employee trust: a cross-disciplinary perspective. *Journal of Business Ethics*, 102(1), 29-45.
- [74]. Hatcher, T. (2004). Environmental ethics as an alternative for evaluation theory in for-profit business contexts. *Evaluation and Program Planning*, 27, 357–363.
- [75]. Hawkins, D. E. (2006). *CSR balancing tomorrow sustainability and today's profitability*. Palgrave McMillian.
- [76]. Henderson, J. C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: hotel companies in phuket, thail and, after the indian ocean tsunumi. *Hospitality Management*, 26, 228-239.

- [77]. Hodgetts, R.M. (1996). A conversation with warrenbennis on leadership in themidst of downsizing. *Organizational Dynamics*.
- [78]. Holcomb, J. L.,Upchurch, R. S. ve Okumuş, F. (2007). Corporate social responsibility: what are top hotel companies reporting?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 461-475.
- [79]. Holcomb, J., Okumuş, F. ve Bilgihan, A. (2010). Corporate social responsibility: what are the top three Orlando themeparksreporting?.*Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(3), 316-337.
- [80]. Huimin, G. ve Ryan, C. (2011). Ethics and corporate social responsibility- an analysis of the views of chinese hotel managers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30, 875-885.
- [81]. Inoue, Y. ve Lee, S. (2011). Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries.*Tourism Management*, 32, 790-804.
- [82]. Ionescu, G.H., Firoiu, D., Badircea, R. ve Dragan, C. (2018). Implementation of integrated management systems and corporate social responsibility initiatives—a romanian hospitality industry perspective. *Journal Sustainability*, 10, 3684.
- [83]. İliç, D. (2010). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir literatür taraması. *Ege Akademik Bakış / Ege AcademicReview*, 10(1), 303-318.
- [84]. Jenkins, H.,&Yakovleva, N. (2006). Corporate social responsibility in mining industry: exploring trends in social and environmental disclosure. *Journal of Cleaner Production*, 14, 271-284.
- [85]. Jennings, L., (2011). McDincreasescommitmentto a more healthful menu. 02.01.2019 tarihinde <http://nrn.com/product-watch/mcdincreases-commitment-more-healthful-menu> adresinden alınmıştır.
- [86]. Kandır, S. Y., Önal, Y. B. ve Karadeniz, E. (2007). *Turizm yatırım projelerinin yönetimi değerlendirilmesi ve finansmanı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [87]. Kang, H. K., Lee, S. ve Huh, C. (2010). Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry. *International Journal Of Hospitality Management*, 29, 72-82.
- [88]. Kang, H. K.,Steinb, L., Heoc, C. Y. ve Lee, S. (2012). Consumers willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal Of Hospitality Management*, 31, 564-572.
- [89]. Karadeniz, E. ve Ünlübulduk, S. N. (2018). Dünyada marka değeri en yüksek restoran zincirlerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 914-932.
- [90]. Karadeniz, E. ve Ünlübulduk, S. N. (2018). Dünyada marka değeri en yüksek havayolu işletmeleri ile borsa istanbul havayolu işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel andHospitality Management*, 15(2), 370-385.
- [91]. Karataş, M. ve Babür, S. (2013). Gelişen dünya'da turizm sektörünün yeri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 15-24.
- [92]. Karatepe, S. (2008). İtibar yönetimi: halkla ilişkilerde güven yaratma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(23), 77-97.
- [93]. Karatepe, S. ve Ozan, A.S. (2017). Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal itibar ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Journal Of AcademicApproaches*, 8, 2.

- [94]. Kaur, P. (2013). Corporate social responsibility's effect on consumer buying in the restaurant industry of India. *International Journal of Business and Management Invention*, 2(12), 13-21.
- [95]. Key, S. (1999). Toward a new theory of the firm: a critique of stake holder theory. *Management Decision*, 37(4), 317-328.
- [96]. Kim, E.E.K., Kang, J. ve Mattila A.S. (2012). The Impact of Prevention Versus Promotion Hope on CSR activities. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 43-51.
- [97]. Kim, M.C. ve Kim Y.H. (2014). Corporate social responsibility and share holder value of restaurant firms. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 120-129.
- [98]. Klein, J. ve Dawar, N. (2004). Corporate social responsibility and consumers attributions and brand evaluations in a product-harm crisis. *International Journal of Research in Marketing*, 21, 203-217.
- [99]. Korul, V. (2003). Havaalanı çevre yönetim sistemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 99-120
- [100]. Kotler, P. ve Lee, N. (Ed.). (2013). *Kurumsal sosyal sorumluluk*. MediaCat.
- [101]. Kozak, M. A. (Ed.). (2001). *Genel Turizm Bilgisi*.
- [102]. Küçükusta, D., Mak, A. ve Chan, X. (2013). Corporate social responsibility practices in four and five star hotels: Perspectives from Hong Kong visitors. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 19-30.
- [103]. Kühn, A.L., Stiglbauer, M ve Fifka, S.M. (2015). Contents and determinants of corporate social responsibility website reporting in sub-saharan africa: a seven-country study. *Business & Society* 1 -44.
- [104]. Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *The Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-648.
- [105]. Leaniz, P. M. G., Ruiz, A. P. ve Bosque, I. R. (2012). Analysis of the corporate social responsibility practice in the tourism sector: a case study. *Cuadernos de Turismo*, 30, 309-312.
- [106]. Lee, S. ve Heo, C.Y. (2009). Corporate social responsibility and customer satisfaction among usa publicly traded hotels and restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 655-657.
- [107]. Lee, S. ve Heo, C.Y. (2009). Corporate social responsibility and customer satisfaction among us publicly traded hotels and restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 655-657.
- [108]. Lee, S., Seo, K. ve Sharma A. (2013). Corporate social responsibility and firm performance in the airline industry: The moderating role of oil prices. *Tourism Management*, 28, 20-30.
- [109]. Lee, Y. K., Kim, Y. S., Lee, K. H. ve Li, D. (2011). The impact of csr on relationship quality and relationship outcomes: A perspective of service employees. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 745-756.
- [110]. Lembet, Z. (2012). Markalar ve kurumsal sosyal sorumluluk. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 7.
- [111]. Levy, S. E. ve Park, S. Y. (2011). An Analysis of CSR Activities in the Lodging Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18, 147-154.
- [112]. Licata, E., (2008). Restaurants' voracious appetite for resources upstheir responsibility to conserve, says panel. 12.01.2019 tarihinde <http://nrn.com/archive/restaurants-voracious-appetite-resources-upstheir-responsibility-serve-says-panel> adresinden alınmıştır.



- [113]. Loew, T., Ankele, K., Braun, S. ve Clausen, J. (2004). Bedeutung der internationalen CSR-Diskussion für Nachhaltigkeit und diesichdaraus ergebenden Anforderungen an Unternehmen mit Fokus Berichterstattung. *Endbericht an das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit Geschäftszeichen*.
- [114]. Luo, J.M., Huang, G.Q. ve Lam, C.F. (2019). Barriersto the implementation of corporate social responsibility in gaming industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*.
- [115]. Lynes, J.K. ve Andrachuk, M. (2008). Motivations for corporate, social and environmental responsibility: a case study of scandinavian airlines. *Journal of International Management*, 14, 377-390.
- [116]. Maloni, M. J. ve Brown, M. E. (2006). Corporate social responsibility in the supply chain: an application in the food industry. *Journal of Business Ethics*, 68, 35-52.
- [117]. Margolis, J. D. ve Walsh, J.P. (2001). Misery loves companies: whither social initiatives by business?, *Harvard Business School Working Paper*, No. 01-058.
- [118]. Martin, J.D. (2008). *Share holder Value Maximization, Is There a Role for Corporate Social Responsibility?* Baylor University.
- [119]. McCool, A.C. ve McCool B. N. (2010). The social responsibility of the food service industry: the need for action regarding the obesity crisis. *Caesars Hospitality Research Summit*, 1.
- [120]. McWilliams, A. ve Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, 26, 117-127.
- [121]. Mirzayeva, G., Oruç, M. C., Gök, D. K. ve Batman, O. (2016). Turizm İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları: 4 Ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *TÜBAV Bilim*, 9, (4), 23-30.
- [122]. Montalbo, E.E. (2015). Corporate social responsibility approaches and implementation in selected fast food restaurants in Batangas city, Philippines. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), 93-101.
- [123]. Moro, S. ve Rita, P. (2018). Brand strategies in social media in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1) 343-364.
- [124]. Okmeydan, C.K. (2018). Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının duyurumunda ürün yerleştirme: Türkiye'nin en değerli 10 markasının kurumsal web siteleri ve resmî sosyal medya hesapları üzerine bir araştırma. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Eğlence Ve Ürün Yerleştirme*, 39-51.
- [125]. Önder, Ş. ve Kaya, E. (2018). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında kurumsal yönetim yapılarının etkisi: BİST 100 Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 155-170.
- [126]. Özalp, İ., Tonus, Z. ve Sarıkaya, M. (2008). Kurumsal sosyal sorumluluk algılamaları üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 69-84.
- [127]. Özdemir, H. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluğun marka imajına etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 57-72.
- [128]. Özer, E. Z. ve Akbaba, A. (2016). Marka konumlandırma da sosyal sorumluluk kampanyalarının etkisi: İstanbul ilindeki zincir restoran işletmelerinde bir araştırma. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 16, 1-16.
- [129]. Özgen, E. (2007). Kurumsal Sosyal sorumluluk kavramı ve çalışan memnuniyetine etkisi. *D.Ü.Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8, 1-6.
- [130]. Özgüç, E. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları kapsamında İMKB-30 endeksi şirketleri. *Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma*.

- [131]. Özgür, A. E. (2012). Sağlık ve turizmde yetersiz sosyal sorumluluk. *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Dergisi*, 2, 6.
- [132]. Özkol, A. E., Çelik, M. ve Gönen, S. (2005). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve muhasebenin sosyal sorumluluğu. *Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F.*, 1-12.
- [133]. Öztürk, C. (2016). Gökyüzünün hakimleri: Bazı Avrupa hava yolu şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının çevresel açıdan incelenmesi, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18, 475-509.
- [134]. Öztürk, M. C., Torlak, Ö., Tokgöz, N., Ayman, M. ve Özgen, E. (Ed). (2013). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Açık Öğretim Fakültesi Yayını. Yayını No: 1973
- [135]. Park, S.Y. ve Levy, S. E. (2014). Corporate social responsibility: perspectives of hotel frontline employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(3), 332 – 348.
- [136]. Pelit, E. ve Pekmezci, (2012). *Turizm İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Alanları*. Ankara: Sözkese matbaacılık.
- [137]. Pelit, E., Keleş, Y. ve Çakır, M. (2009). Otel işletmelerinde sosyal sorumluluk uygulamalarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 16(2), 19-30.
- [138]. Phillips, E.D. (2006), "Corporate social responsibility in aviation". *Journal of Air Transportation*, 11, 1.
- [139]. Pusak, S. (2014). *Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk üzerine bir araştırma; şirketlerin periyodik yayınlanan kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının içerik analizi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Çağ Üniversitesi, Mersin.
- [140]. Reinig, C.J. ve Tilt, C.A. (2009). Corporate social responsibility issues in media releases: a stake holder analysis of Australian banks. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 2(2), 176-197.
- [141]. Reverte, C. (2009). Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by spanish listed firms. *Journal of Business Ethics*, 88, 351–366.
- [142]. Risk Mühendislik Eğitim Danışmanlık Hizmetleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. (2011). Halkbank Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi Turizm Sektör Raporu.
- [143]. Rosson, P. (2002). Who are we now? M&Asand corporate visual identity. *School of Business Administration Dalhousie University*, 1-17.
- [144]. Rudez, H.N. (2010). Integration of corporate social responsibility into loyalty. *Tourism and Hospitality Management*, 16, 101-108.
- [145]. Said, R., Zainuddin, Y.H. ve Haron, H. (2009). The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian publiclisted companies. *Social Responsibility Journal*, 5(2), 212-222.
- [146]. Sarıkaya, M. (2011). *Paydaş yaklaşımı bağlamında işletme-paydaş etkileşimi ve stratejik paydaş analizi*. Ankara: Sanayi Odası Yayın Organı.
- [147]. Serinikli, N.(2018). Çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılarının örgütsel bağlılıkları ile ilişkisi. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute*, 286-301.
- [148]. Sert, N. (2012). Türkiye’de özel sektörün kurumsal sosyal sorumluk anlayışına ilişkin yarar algısı: kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin duyurulmasında web sitelerinin kullanılması. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 3(9), 31-50.
- [149]. Sgouridis, S., Bonnefoy, P. ve Hansman, R. (2011). Airtransportation in a carbonconstrainedworld: long-term dynamics of policies and strategies for mitigating the carbon

foot print of commercialaviation. *TransportationResearchPart A: PolicyandPractice*, 45, 1077-1091.

[150]. Sheldon P. J. ve Park S. Y. (2011). An exploratory study of corporate social responsibility in the u.s. Travel Industry. *Journal of Travel Research*, 50(4), 392 –407.

[151]. Shoval, N. ve Cohen-Hattab, K. (2001). Urban hotel developmentpatterns in the face of political shifts. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 908–925.

[152]. Smith, A. ve Grosbois, D. (2011). The adoption of corporate social responsibility practices in the airline industry. *Journal of SustainableTourism*, 19 (1), 59- 77.

[153]. Stuebs, M. ve Sun, L. Corporate socialre sponsibility and firm reputation. *Journal of Accounting, Ethics&Public Policy*, 12, 1.

[154]. Su, L., Pan, Y. ve Chen, X. (2017). Corporate social responsibility: Findings from the Chinese hospitality industry. *Journal of Retailingand Consumer Services*, 34, 240-247.

[155]. Suher, İ.K. (2010). Zirvedeki Türk işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi: web sitelerine yönelik bir inceleme. *Selçuk iletişim*, 6, 2.

[156]. Szekeley, F. ve Knirschi M. (2005). Responsible leadership and corporate social responsibility: Metrics for sustainable performance. *European Management Journal*, 23(6), 628-647.

[157]. Şenocak, H. (2009). Sosyal güvenlik sistemini oluşturan bileşenlerin tarihi süreç ışığında değerlendirilmesi. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 56.

[158]. Tamajon, L. ve Font, X. (2013). Corporate social responsibility in tourism small and medium enterprises evidence from europe and latin america submitted to tourism management perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 7, 38-46.

[159]. Tekin, E. (2018). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde sosyal medyanın rolü: gsm firmaları örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 20(1).

[160]. Thompson, P. ve Zakaria, Z. (2004). Corporate social responsibility reporting in malaysia progress and prospects. *The Journal of Corporate Citizenship*, 13.

[161]. Tong, C. ve Kong, A. (2016). The effects of corporate social responsibility of fast-food restaurants on corporate reputation. *Journal of Marketing and HR*, 3(1), 126-144.

[162]. Torum, O. ve Yılmaz, A. (2009). Havaçılıkta sürdürülebilirlik yönetimi: Türkiye'deki hava limanları için sürdürülebilirlik uygulamaları araştırması. *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, 4(2), 47-58.

[163]. Tosun, N. B. (2003). Kurumsal iletişim sürecinde reklamın ve imaj yönteminin bütünleşik konumu. *Marmara Üniversite İ.İ.B.F. Dergisi*, 18(1), 173-191.

[164]. Tripathy, S. K. ve Rath, F. (2011). Practice of corporate social responsibility in NALCO and the perceptions of employees and the public: A case study. *South AsianJournal Of Management*, 18(4), 45-61.

[165]. Tsai, H. ve Hsu, J. (2008). Corporate social responsibility programs choice and costs assessment in the airline industry- a hybrid model. *Journal of Air Transport Management*, 14, 188-196.

[166]. Tsai, H.,Tsang, N. K. E. ve Cheng, S. K. Y. (2012). Hotel employees' perceptions on corporate social responsibility: The Case of Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1143-1154.

[167]. Türker, N. ve Uçar, M. (2013). Konaklama işletmelerinin sosyal sorumlulukları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 155-183.

- [168]. Van HetHof, D. ve Hoştut, S. (2015). Kurumsal sosyal sorumluluk: Kavramlar, Uygulama ve Örnekler. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [169]. Vural, Z. B. ve Coşkun, G. (2011). Kurumsal sosyal sorumluluk ve etik. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1, 61-87.
- [170]. Wartick, S. L. ve Cochran, P. L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 10(4), 758-769.
- [171]. Williams, P., Gill, A. ve Ponsford, I. (2007). Corporate social responsibility at tourism destinations: toward a social license to operate. *TourismReview International*, 11, 133-144.
- [172]. Yamak, S. (2007). *Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimi*. İstanbul: BETA.
- [173]. Yanık, S ve Türker, İ.(2012). Sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk raporlamasındaki gelişmeler (tümleşik raporlama). *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 47, 291-308.
- [174]. Yavuz, A. (2010). Sürdürülebilirlik kavramı ve işletmeler açısından sürdürülebilir üretim stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 63-86.
- [175]. Yirmibeş, S. (2010). *Kurumsal itibar yönetimi ve kamuya bağlı bir kurumda kurumsal itibarın ölçülmesi üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [176]. AccountAbility 1000 (2019). 8 Mart 2019 tarihinde <https://www.accountability.org/about-us/about-accountability/> adresinden alınmıştır.
- [177]. BIST Konaklama İşletmeleri verileri (2019). 16 Kasım 2018 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/Sektorler> adresinden alınmıştır.
- [178]. CauxroundtablePrinciples (2019). 11 Şubat 2019 tarihinde
- [179]. <http://www.cauxroundtable.org/principles/> ve [https://www.iisd.org/business/tools/principles\\_ceres.aspx](https://www.iisd.org/business/tools/principles_ceres.aspx) adresinden alınmıştır.
- [180]. Cauxroundtable (2019). 7 Şubat 2019 tarihinde <http://www.cauxroundtable.org/principles/> adresinden alınmıştır.
- [181]. CERES (2019). 7 Şubat 2019 tarihinde <https://www.ceres.org/about-us> adresinden alınmıştır.
- [182]. Dünya Ekonomik Forumu 6 Ocak 2019 tarihinde <http://web.worldbank.org/archive/website00818/WEB/OTHER/GLOBAL-3.HTM> adresinden alınmıştır.
- [183]. Globalreportingstandards (2019). 19 Mart 2019 tarihinde <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/> adresinden alınmıştır.
- [184]. GRI (2019). 4 Mart 2019 tarihinde <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx> adresinden alınmıştır.
- [185]. Hilton (2019). 2 Mart 2018 tarihinde <https://cr.hilton.com/our-reporting/>, <https://cr.hilton.com/wp-content/uploads/2018/03/Hilton-Corporate-Responsibility-2016-1.pdf> <http://www.corporatereport.com/hilton/2016/ar/> ve <http://www.corporatereport.com/hilton/2017/ar/> adresinden alınmıştır.
- [186]. Holiday Inn(2019). 2 Mart 2018 tarihinde <https://www.ihgplc.com/responsible-business>
- [187]. <https://www.ihgplc.com/-/media/7556EC517E324903B57E8AB4DB895E83.ashx?la=en> adresinden alınmıştır.

- [188]. HYATT (2019). 2 Mart 2018 tarihinde [http://serve360.marriott.com/wp-content/uploads/2017/12/2017\\_Sustainability\\_and\\_Social\\_Impact\\_Report-1.pdfve](http://serve360.marriott.com/wp-content/uploads/2017/12/2017_Sustainability_and_Social_Impact_Report-1.pdfve)
- [189]. <https://thrive.hyatt.com/content/dam/Minisites/hyattthrive/reports/CR-Scorecard-2016.pdf> adresinden alınmıştır.
- [190]. ILO (2019). 22 Ocak 2019 tarihinde <https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/history/lang--en/index.htm>, <https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/mission-and-objectives/lang--en/index.htm>, <http://libguides.ilo.org/c.php?g=657806&p=4649148ve> [https://www.ilo.org/rome/pubblicazioni/WCMS\\_094386/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/rome/pubblicazioni/WCMS_094386/lang--en/index.htm) adreslerinden alınmıştır.
- [191]. Marriott (2019) 2 Mart 2018 tarihinde [http://serve360.marriott.com/wp-content/uploads/2017/12/2017\\_Sustainability\\_and\\_Social\\_Impact\\_Report-1.pdfve](http://serve360.marriott.com/wp-content/uploads/2017/12/2017_Sustainability_and_Social_Impact_Report-1.pdfve) <http://serve360.marriott.com/sustainable-goals/> adreslerinden alınmıştır.
- [192]. UNEPFI (2019). 10 Ocak 2019 tarihinde <https://www.unepfi.org/about/>, <https://www.unepfi.org/about/unep-fi-statement/> ve [https://www.unepfi.org/fileadmin/statements/UNEPFI\\_Statement.pdf](https://www.unepfi.org/fileadmin/statements/UNEPFI_Statement.pdf) adreslerinden alınmıştır.
- [193]. UN global compact(2019). 2 Şubat 2019 tarihinde <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles> adresinden alınmıştır.
- [194]. SA8000 CPTTM(2019). 22 Ocak 2019 tarihinde [http://www.cpttm.org.mo/quality/info/sa8000/sa8000\\_e.htm](http://www.cpttm.org.mo/quality/info/sa8000/sa8000_e.htm) adresinden alınmıştır.
- [195]. Sullivian (2019). 7 Şubat 2019 tarihinde <http://hrlibrary.umn.edu/links/sullivanprinciples.html> adresinden alınmıştır.
- [196]. SA 8000 (2019). 1 Ocak 2019 tarihinde <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&pageId=472> ve <http://www.sa-intl.org/index.cfm> adreslerinden alınmıştır.
- [197]. Shangri-La Asia (2019). 2 Mart 2019 tarihinde <https://www.shangri-la-sustainability.com/>,
- [198]. Shangri-La Asia (2019). [http://www.shangri-la.com/uploadedFiles/Corporate/about-us/corporate-social-responsibility/sustainability/UN-COP-\(Communication-on-Progress\)-Report%202016.pdf](http://www.shangri-la.com/uploadedFiles/Corporate/about-us/corporate-social-responsibility/sustainability/UN-COP-(Communication-on-Progress)-Report%202016.pdf) ve [http://www.shangri-la.com/uploadedFiles/Corporate/about-us/corporate-social-responsibility/sustainability/UN%20COP%20\(Communication%20on%20Progress\)%20Report%202017.pdf](http://www.shangri-la.com/uploadedFiles/Corporate/about-us/corporate-social-responsibility/sustainability/UN%20COP%20(Communication%20on%20Progress)%20Report%202017.pdf) adreslerinden alınmıştır.
- [199]. Tourismconcern(2005). 16 Şubat 2019 tarihinde <http://www.tourismconcern.org.uk> adresinden alınmıştır.
- [200]. Vatandaşlık Deklarasyonu(2019). 2 Ocak 2019 tarihinde <https://www.weforum.org/about/history> adresinden alınmıştır.
- [201]. Wyndham (2019). 2 Mart 2019 tarihinde <http://www2.wyndhamdestinations.com/category/corporate-social-responsibility> adresinden alınmıştır.

## ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

**İsim:** Sema Nur Ünlübulduk

**Doğum Yeri:** Zonguldak

**Doğum Tarihi:** 08.05.1992

### ÖĞRENİM DURUMU

Üniversite (Yüksek Lisans) :2016-2019, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Üniversite (Lisans) :2010-2015, Balıkesir Üniversitesi (Örgün Öğretim) Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Seyahat İşletmeciliği

Lise :2006-2010, Kayseri Kocasinan Anadolu Lisesi

### ESERLER (Makaleler ve Bildiriler)

#### Makaleler

Karadeniz, E. ve Ünlübulduk, S. N. (2018). Dünyada Marka Değeri En Yüksek Restoran Zincirlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 914-932.

Karadeniz, E. ve Ünlübulduk, S. N. (2018). Dünyada Marka Değeri En Yüksek Havayolu İşletmeleri İle Borsa İstanbul Havayolu İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management*. 15 (2), 370-385.