



T.C.

MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

MUHASEBE VE FİNANSAL YÖNETİM ANABİLİM DALI

**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLAMASI: BİST'DE BİR
ARAŞTIRMA**

Süleyman EMİR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Dr. Öğr. Üyesi Hakkı KIYMIK

BURDUR, 2019

T.C.
MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
MUHASEBE VE FİNANSAL YÖNETİM ANABİLİM DALI

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLAMASI: BİST'DE BİR
ARAŞTIRMA

Süleyman EMİR
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Dr. Öğr. Üyesi Hakkı KIYMIK (Danışman)

Dr. Öğr. Üyesi Ferhat BİTLİSLİ

Dr. Öğr. Üyesi Mahmut Sami ÖZTÜRK

BURDUR, 2019



**MAKÜ SOSYAL BİLİMLER
ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS JÜRİ ONAY FORMU

M.A.K.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 18.07.2019 tarih ve 2019/19 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 29.07.2019 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Süleyman EMİR'in "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bağlamında Sürdürülebilirlik Raporlaması: BİST'de Bir Araştırma" konulu tez çalışması Muhasebe ve Finansal Yönetim Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) : Dr. Öğr. Üyesi Hakkı KIYMIK

ÜYE

: Dr. Öğr. Üyesi Ferhat BİTLİSLİ

ÜYE

: Dr. Öğr. Üyesi Mahmut Sami ÖZTÜRK

ONAY

M.A.K.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

T.C.
MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ETİK BEYAN

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bağlamında Sürdürülebilirlik Raporlaması: BİST’de Bir Araştırma” adlı tezin hazırlanması sürecinde akademik etik ilkeleri ihlal etmediğimi taahhüt eder, tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi yerleşkelerinde erişime açılabilir.
- Tezimin 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

Süleyman EMİR
29.07.2019



TEŞEKKÜR

Hayatımın her döneminde beni destekleyen ve yine aynı şekilde iki yıllık yüksek lisans eğitimim boyunca bu desteklerini benden hiç esirgemeyen aileme teşekkürü bir borç biliyor ve şükranlarımı sunuyorum. Bu tez çalışmasının ortaya çıkması sürecinde, iki yıl boyunca değerli bilgilerini benimle paylaşan, kendisine ne zaman danışsam sabırla ve büyük bir ilgiyle bana vaktini ayıran, bana faydalı olabilmek için büyük çaba sarf eden, herhangi bir sorun yaşadığımda yanına çekinmeden gidebildiğim, güler yüzünü ve samimiyetini benden hiç esirgemeyen değerli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Hakkı KIYMIK hocama ve yine aynı şekilde lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca değerli bilgilerini benimle paylaşan, kullandığı her kelimenin hayatıma kattığı önemini asla unutmayacağım, kendisine ne zaman danışsam sabırla ve büyük bir ilgiyle bana vaktini ayıran, bana faydalı olabilmek için büyük çaba sarf eden, herhangi bir sorun yaşadığımda yanına çekinmeden gidebildiğim, güler yüzünü ve samimiyetini benden hiç esirgemeyen ve tez çalışmamın analiz kısmında yardımcı olan Dr. Öğr. Üyesi Tayfun YILMAZ hocama en içten dileklerle, sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

(EMİR, Süleyman, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bağlamında Sürdürülebilirlik Raporlaması: BİST’de Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Burdur, 2019)

ÖZET

Şirketler dönemsel olarak finansal durumlarını raporlamaktadırlar. Fakat günümüzde, işletmelerin sadece finansal durumlarını raporlamaları yeterli görülmemektedir. Şirketlerden finansal olmayan bilgilerini de raporlamaları beklenmektedir. Bu ihtiyacın karşılanabilmesi amacıyla, işletmeler alternatif raporlama yöntemleri benimsemektedirler. Hal böyle olunca da, finansal olmayan bilgilerin raporlanması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu gereklilik ilk olarak “Çevre Muhasebesi ve Raporlaması”, daha sonra “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması” ve günümüzdeki şekliyle “Sürdürülebilirlik Raporlaması” anlayışına dönüşmüştür. İşletmelerin finansal olmayan bilgilerini raporlayabilmesi için, uluslararası anlamda kabul edilen raporlama rehberleri yayınlayan kurum ve kuruluşlar ortaya çıkmıştır. Bu kurum ve kuruluşlar arasında dünya çapında en yaygın olarak kabul edilmiş kurum ve inisiyatif, GRI (Global Reporting Initiative – Küresel Raporlama Girişimi)’dir. GRI işletmelerin ekonomik, çevresel ve sosyal performanslarıyla ilgili standartları belirlemekte ve işletmelerin finansal olmayan bilgilerini raporlamasına imkân tanımaktadır. Bu noktada bu çalışmanın temel amacı, BİST Metal Eşya, Makine Endeksindeki şirketlerin, 2014 yılından 2018 yılına kadar olan dönemlerinin GRI ilkelerine göre sürdürülebilirlik düzeyleri belirlenmiş ve bu düzeylerin, finansal performansa etkisi ölçülmüştür. Finansal performansı ölçmek amacıyla aktif kârlılık, özsermaye kârlılığı, kullanılan sermaye getirisi, vergi öncesi kâr ve toplam varlıklarda büyüme oranları kullanılmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda; sürdürülebilirlik performans göstergelerine ilişkin açıklanan bilgi düzeyinin aktif kârlılık, özsermaye kârlılığı, vergi öncesi kâr ve toplam varlıklarda büyüme oranları üzerinde etkisinin olduğu ve bu noktada sürdürülebilirlik endeksinde yer alıp sürdürülebilirlik raporlaması yapıyor olmanın finansal performans üzerinde bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sürdürülebilirlik, Kurumsal Raporlama, Sürdürülebilirlik Raporlaması, Küresel Raporlama Girişimi (GRI), Panel Veri Regresyon Analizi

(EMİR, Süleyman, *Sustainability Reporting in the Context of Corporate Social Responsibility: A Research in BİST*, MSc Thesis, Burdur, 2019)

ABSTRACT

Companies periodically report their financial position. But nowadays, it is not enough for the companies to report their financial situation. Companies are also expected to report their non-financial information. In order to meet this need, enterprises adopt alternative reporting methods. As such, the necessity of reporting non-financial information emerged. This requirement has first become “Environmental Accounting and Reporting”, then “Corporate Social Responsibility Reporting” and nowadays “Sustainability Reporting” emerged. In order for businesses to report their non-financial information, institutions and organizations that have published internationally accepted reporting guidelines have emerged. Among these institutions and organizations, the most widely accepted institution and initiative worldwide is the GRI (Global Reporting Initiative). GRI sets standards for economic, environmental and social performance of enterprises and allows enterprises to report non-financial information. At this point, the main purpose of this study is to determine the sustainability levels of the companies in the BİST Metal Goods and Machinery Index from 2014 to 2018 according to GRI principles and to measure the effect of these levels on financial performance. In order to measure financial performance, return on assets, return on equity, return on capital employed, profit before tax and growth in total assets were used. As a result of the research; It has been found that the level of information disclosed about sustainability performance indicators has an effect on the return on assets, return on equity, profit before tax and growth in total assets and at this point, being included in the sustainability index and having sustainability reporting has an effect on financial performance.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Sustainability, Corporate Reporting, Sustainability Reporting, Global Reporting Initiative (GRI), Panel Data Regression Analysis

İÇİNDEKİLER

İÇ KAPAK.....	I
TEZ ONAY SAYFASI.....	II
ETİK BEYAN METNİ	III
TEŞEKKÜR	IV
ÖZET.....	V
ABSTRACT	VI
İÇİNDEKİLER	VII
KISALTMALAR VE SEMBOLLER DİZİNİ	XI
TABLolar DİZİNİ	XIV
ŞEKİLLER DİZİNİ	XVI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLE İLGİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE	
1.1.Genel Olarak Sorumluluk Kavramı	4
1.2.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi.....	4
1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Gelişimi.....	8
1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Boyutları	16
1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kapsamı ve Amacı	20
1.6.Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Gelişimi	23
1.6.1.Cumhuriyet Öncesi Kurumsal Sosyal Sorumluluk.....	23
1.6.2.Cumhuriyet Sonrası Kurumsal Sosyal Sorumluluk.....	25
1.7.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramından Beklenen Olası Faydalar	31
1.8.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları.....	36
1.8.1.Klasik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı	36
1.8.2.Modern Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı.....	37
1.9. İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Alanları	39
1.9.1. Doğaya ve Çevreye Karşı Sorumluluk	42
1.9.2.Tüketicilere Karşı Sorumluluk	44

1.9.3. Çalışanlara Karşı Sorumluluk.....	46
1.9.4. Topluma (Sosyal Çevreye) Karşı Sorumluluk	47
1.9.5. Hissedarlara (Yatırımcılara) Karşı Sorumluluk.....	49
1.9.6. Devlete Karşı Sorumluluk	50
1.9.7. Tedarikçilere Karşı Sorumluluk	50
1.9.8. Rakiplere Karşı Sorumluluk	51
1.10.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri.....	52
1.10.1. Dört Boyutlu (Carrol'un) Sosyal Sorumluluk Modeli.....	52
1.10.1.1.Ekonomik Sorumluluk.....	54
1.10.1.2.Hukuki Sorumluluk	54
1.10.1.3.Etik (Ahlaki) Sorumluluk	55
1.10.1.4.Gönüllü Sosyal Sorumluluk.....	56
1.10.2. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli	57
1.10.3. Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli.....	58
1.10.4. Frederick'in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli	59
1.10.5. Sosyal Performans Modeli	60
1.10.6. Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli	61

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK MUHASEBESİ, SÜRDÜRLEBİLİRLİK RAPORLAMASI VE KÜRESEL RAPORLAMA(GRI) İLKELERİ

2.1.Sosyal Muhasebe ve Muhasebede Sosyal Sorumluluk Kavramı	64
2.1.1.Muhasebe ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisi	65
2.1.1.1.Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Bilgi Sistemi	65
2.1.1.2.Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Mesleği.....	67
2.1.1.2.1.Muhasebenin Ekonomik Sorumluluklara Katkısı	69
2.1.1.2.2. Muhasebenin Hukuki Sorumluluklara Katkısı.....	70
2.1.1.2.3.Muhasebenin Etik (Ahlaki) Sorumluluklara Katkısı	71
2.1.1.2.4. Muhasebenin Gönüllü Sorumluluklara Katkısı	72
2.1.1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Muhasebesi	72
2.2. Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramı ve Sürdürülebilirlik Muhasebesi	73
2.2.1.Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramı	73
2.2.2.Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramının Ortaya Çıkmasında Kilometre Taşları	78
2.2.3.Sürdürülebilirliğin Muhasebedeki Yeri ve Sürdürülebilirlik Muhasebesi	80

2.3. Kurumsal Raporlama	83
2.3.1. Finansal Bilgilerin Raporlanması	85
2.3.2. Finansal Olmayan Bilgilerin Raporlanması	86
2.3.2.1. Faaliyet Raporları	86
2.3.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması	87
2.3.2.2.1. İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması Hazırlama veya Hazırlamama Nedenleri.....	88
2.3.2.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasının İşletmelere Sağladığı Faydalar	89
2.3.2.2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu Hazırlanırken Yaşanan Sorunlar	90
2.3.2.2.4. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması	90
2.3.2.3. Sürdürülebilirlik Raporlaması	92
2.3.2.3.1. Sürdürülebilirlik Raporlamasının Unsurları.....	94
2.3.2.3.2. Sürdürülebilirlik Raporlamasının Ortaya Çıkmasına Neden Olan Kavramlar ve Tarihsel Gelişimi	94
2.3.2.3.3. Sürdürülebilirlik Raporlamasının Sağlayacağı Faydalar ve İşletmeler Tarafından Sürdürülebilirlik Raporlamasının Tercih Edilme ve Edilmeme Nedenleri	95
2.3.2.3.4. Sürdürülebilirlik Konusunda Yol Gösterici Kurumlar ve Raporlama Standartları	97
2.3.2.4. Entegre Raporlama	100
2.4. GRI (Global Reporting Initiative – Küresel Raporlama Girişimi).....	101
2.4.1. GRI Sektör Kılavuzları.....	104
2.4.2. Küresel Raporlama İnsiyatifi(GRI)’nde Yer Alan Unsurlar	105
2.4.3. GRI Raporlama İlkeleri	106
2.4.4. GRI Uygulama Seviyeleri	107
2.5. Sürdürülebilirlik Endeksleri ve BİST Sürdürülebilirlik Endeksi	108

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLAMASININ FİNANSAL PERFORMANS

ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR

UYGULAMA

3.1. Literatür Taraması	114
3.2. Araştırmanın Amacı	118
3.3. Araştırmanın Önemi.....	119
3.4. Araştırmanın Kapsamı	119

3.5.Araştırmanın Yöntemi.....	121
3.5.1. Panel Veri Analizi.....	125
3.5.2. Panel Veri Modelleri	126
3.5.2.1. Klasik Model	126
3.5.2.2. Sabit Etkiler Modeli.....	127
3.5.2.3. Tesadüfi Etkiler Modeli	127
3.5.2.4. Hausman Testi	128
3.5.3. Panel Veri Tahmincileri Arasında Karar Verme Süreci.....	129
3.5.4. Panel Veri Analizinde Dirençli Tahminciler ve Yöntemler	130
3.6.Araştırmanın Kısıtları	131
3.7.Araştırmanın Hipotezleri.....	131
3.8.Araştırmanın Bulguları.....	133
SONUÇ VE ÖNERİLER	150
KAYNAKÇA	153
EKLER.....	174
ÖZGEÇMİŞ.....	192

KISALTMALAR VE SEMBOLLER DİZİNİ

AB	:Avrupa Birliği
ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
Aİ	:Anlamsız İlişki
BIST	:Borsa İstanbul
BM	:Birleşmiş Milletler
BSE	:Basit Sabit Etkiler
BTE	:Basit Tesadüfi Etkiler
CDP	:Carbon Disclosure Project (Karbon Saydamlık Projesi)
CERES	:Coalition For Environmentally Responsible Economies (Çevreye Karşı Sorumlu Ekonomiler Koalisyonu)
CSR	:Corporate Social Responsibility
ÇEV	:Çevresel Sürdürülebilirlik Skoru
DJSI	:Dow Jones Sustainability World Index (Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi)
EIRIS	:Ethical Investment Research Services
EKO	:Ekonomik Sürdürülebilirlik Skoru
ESI	:Environmental Sustainability Index (Çevresel Sürdürülebilirlik Endeksi)
GEEK	:Genelleştirilmiş En Küçük Kareler
GİT	:Grup İçi Tahminci
GRI	:Global Reporting Initiative (Küresel Raporlama İniyatifi)
GTA	:Growth in Total Assets (Toplam Varlıklarda Büyüme)
HEKK	:Havuzlanmış En Küçük Kareler
HT	:Harris ve Tzavalis

IFC	:International Finance Corporation (Uluslararası Finans Kurumu)
IIRC	:The International Integrated Reporting Committee (Uluslararası Entegre Raporlama Komisyonu)
ILO	:International Labour Organisation (Uluslararası Çalışma Örgütü)
IPS	:Im, Pesaran and Shin
ISO	:International Organization for Standardization (Uluslararası Standartlar Teşkilâtı)
KAP	:Kamu Aydınlatma Platformu
KM	:Klasik Model
KSS	:Kurumsal Sosyal Sorumluluk
LLC	:Levin-Lin-Chu
OECD	:Organisation for Economic Co-operation and Development (Birleşmiş Milletler, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
PBT	: Profit Before Tax (Vergi Öncesi Kâr)
ROA	:Return on Asset (Varlık Kârlılığı)
ROCE	:Return on Capital Employed (Kullanılan Sermaye Getirisi)
ROE	:Return on Equity (Özkaynak Kârlılığı)
SE	:Sabit Etkiler
SEM	:Sabit Etkiler Modeli
SOS	:Sosyal Sürdürülebilirlik Skoru
SPK	:Sermaye Piyasası Kurulu
SRI	:Socially Responsible Investment (Sosyal Sorumluluk Endeksi)
SSE	:Sustainable Stock Exchanges Initiative (Sürdürülebilir Borsalar Girişimi)
STK	:Sivil Toplum Kuruluşları

TE	:Tesadüfi Etkiler
TEM	:Tesadüfi Etkiler Modeli
TSS	:Toplam Sürdürülebilirlik Skoru
TTK	:Türk Ticaret Kanunu
TUGİAD	:Türkiye Genç İş Adamları Derneği
TÜSÜAD	:Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
UNCED	:United Nations Conference on Environment and Development (Birleşmiş Milletler Çevre ve Gelişme Konferansı)
UNCSD	:United Nations Conference on Sustainable Development (Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı)
UNEP	:The United Nations Environment Programme (Birleşmiş Milletler Çevre Programı)
UNGC	:UN Global Compact (BM Küresel İlkeler Sözleşmesi)
UNIDO	:United Nations Industrial Development Organization (Birleşmiş Milletler Endüstriyel Gelişme Örgütü)
UNPRI	:UN Principles for Responsible Investment (BM Sorumlu Yatırım Prensipleri)
USAID	:United States Agency for International Development (Amerika Birleşik Devletleri Uluslararası Kalkınma Ajansı)
WBCSD	:World Business Council For Sustainable Development (Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi)
XUSRD	:BİST Sürdürülebilirlik Endeksi

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1 - Hayırseverlik Anlayışı ile KSS Anlayışı Arasındaki Farklılıklar.....	24
Tablo 1.2 - KSS Faaliyetlerinin İşletme Paydaşlarına Sağladığı Faydalar	33
Tablo 1.3 - Klasik KSS ve Modern KSS Faaliyetleri Arasındaki Temel Farklar	38
Tablo 1.4 - Sosyal Sorumluluk Kategorileri	53
Tablo 1.5 - Ackerman'ın Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli	62
Tablo 2.1 - KSS ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Arasındaki Farklar	75
Tablo 2.2 - Geleneksel Muhasebe, Çevre Muhasebesi ve Sürdürülebilirlik Muhasebesinin Karşılaştırılması	81
Tablo 2.3 -Sürdürülebilirlik Raporlaması G4 Kılavuzunda Yer Alan Kategori ve Unsurlar	105
Tablo 2.4 - Sürdürülebilirlik Raporlaması İçeriği ve Niteliğinin Belirlenmesine İlişkin İlkeler	106
Tablo 2.5 -BİST Sürdürülebilirlik Endeksi 2018 Yılı Değerlemeye Tabi Şirketler Listesi	110
Tablo 2.6 - BIST Dışındaki Diğer Sürdürülebilirlik Endeksleri	111
Tablo 3.1 - Çalışmaya Dahil Edilen İşletmeler	120
Tablo 3.2 - Finansal Performans Oranları	122
Tablo 3.3 - Dirençli Tahminciler Arasında Tercih Yapılması	131
Tablo 3.4 – Hipotezlerin Belirlenmesi	132
Tablo 3.5 - Araştırma Değişkenlerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler.....	134
Tablo 3.6 - Birimler Arası Kolerasyonu Testi (CD Testi) Sonuçları	135
Tablo 3.7 - 2.Kuşak Birim Kök Testlerle Durağanlığın Sınanması	136
Tablo 3.8 - Analiz İçin Uygun Modellerin Belirlenmesi	137
Tablo 3.9 - Aktif Kârlılığın (ROA) Toplam Sürdürülebilirlik (TSS) Skoruyla İlişkisi (Araştırma Modeli 1).....	141

Tablo 3.10 - Özkaynak Kârlılığının (ROE) Toplam Sürdürülebilirlik (TSS) Skoruyla İlişkisi (Araştırma Modeli 2).....	142
Tablo 3.11 - Kullanılan Sermaye Getirisinin (ROCE) Toplam Sürdürülebilirlik (TSS) Skoruyla İlişkisi(Araştırma Modeli 3)	143
Tablo 3.12 - Vergi Öncesi Kârın (PBT) Toplam Sürdürülebilirlik(TSS) Skoruyla İlişkisi (Araştırma Modeli 4).....	144
Tablo 3.13 - Toplam Varlıklarda Büyümenin (GTA) Toplam Sürdürülebilirlik (TSS) Skoruyla İlişkisi(Araştırma Modeli 5)	145
Tablo 3.14 - Aktif Kârlılığın (ROA) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla (EKO, CEV ve SOS) İlişkisi (Araştırma Modeli 6).....	146
Tablo 3.15 - Özkaynak Kârlılığının (ROE) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla (EKO, CEV ve SOS) İlişkisi(Araştırma Modeli 7).....	147
Tablo 3.16 - Kullanılan Sermaye Getirisinin(ROCE) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla(EKO, CEV ve SOS) İlişkisi(Araştırma Modeli 8)	148
Tablo 3.17 - Vergi Öncesi Kârın (PBT) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla (EKO, CEV ve SOS) İlişkisi(Araştırma Modeli 9).....	148
Tablo 3.18 - Toplam Varlıklarda Büyümenin(GTA) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla (EKO, CEV ve SOS) İlişkisi(Araştırma Modeli 10)	149

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1 – İşletmelerin Yıllara Göre Sosyal Sorumluluğu Benimseme Dereceleri	16
Şekil 1.2 – Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi	17
Şekil 1.3 – İşletmelerin Temel Sorumlulukları.....	19
Şekil 1.4 – Türkiye’de Hayırseverlikten KSS Anlayışına Geçiş	28
Şekil 1.5 – İşletmelerin Doğrudan ve Dolaylı İlişki İçerisinde Olduğu Çevre.....	40
Şekil 1.6 – Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Kurum İçi ve Dışı Sorumluluk Alanları.....	42
Şekil 1.7 – Frederick’in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli.....	60
Şekil 2.1 – Muhasebe Bilgi Sistemi.....	66
Şekil 2.2 – KSS ve Muhasebe Mesleğinin Sosyal Sorumluluğu İlişkisi	68
Şekil 2.3 – Kurumsal Sürdürülebilirlik Boyutları ve Sürdürülebilir İşletme.....	76
Şekil 2.4 – Sürdürülebilir Bir İşletmede Bulunması Gerekenler	77
Şekil 2.5 – Kurumsal Raporlamanın Evrimi.....	84
Şekil 2.6 – Sürdürülebilirlik Raporlamanın Hazırlanma Aşamaları	93
Şekil 2.7 – GRI’nin Gelişim Süreci	102
Şekil 2.8 – GRI Uygulama Seviyeleri	108
Şekil 3.1 – Panel Veri Tahmincileri Arasında Karar Verme Süreci	129

GİRİŞ

Toplumu oluşturan en önemli yapı taşı bireydir. Sorumluluk kavramı günlük hayatta bireysel, örgütsel ve toplumsal düzeyde sıkça karşılaştığımız kavramlardan biridir. Bir birey, hayatını sürdürürken, kendisine, ailesine, işine, arkadaşlarına, çevresine ve topluma karşı bir takım sorumluluklar üstlenmekte ve bu sorumluluklarının farkında olarak hareket etmek zorundadır (Torlak, vd., 2015: 3). Benzer şekilde, yürüttüğü faaliyetler toplumu etkileyen işletmeler de, topluma karşı sorumlu davranmak zorundadırlar.

Geçmişten günümüze kadar, işletmelerin var olması ve varlığını devam ettirebilmesi için gerekli olan en önemli etken ekonomik faktörler olarak görülmektedir. Bu görüş doğrudur, ancak günümüzde işletmelerin görevlerini açıklarken yetersiz kalmaktadır. İşletmeler ekonomik faktörler dışında, faaliyetlerini yürütürken çalışanlar, ortaklar, toplum gibi paydaş gruplarını da dikkate alarak hareket etmek zorundadır (Çelik, 2007: 62). Çünkü işletmeler, yaptıkları faaliyetler sonucunda, toplumu, çevreyi, çalışanları, yatırımcıları vb. gibi çıkar gruplarını etkilerler, bu sebeple işletmelerin, paydaşlara karşı sorumlu bir şekilde davranması gerekmektedir (Vallee, 2005: 20-46). Bu durumun farkında olan ve bu bilinçle hareket etmek isteyen işletmeler, sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütmek zorundadırlar.

Sosyal sorumluluk kavramı, geçmişten günümüze kadar çok farklı süreçlerden geçmiş, farklı zamanlarda bulunduğu yere ve alana göre farklı şekillerde karşımıza çıkmış ve giderek önem kazanmıştır (Süzen ve Akın, 2016: 20). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin toplum tarafından benimsenmesi ve önem kazanmasının nedeni, bu faaliyetlerin toplumdaki tüm çıkar gruplarına fayda sağlamasıdır (Aktan ve Börü, 2007: 20). Ayrıca, işletmeler yürüttüğü faaliyetler sonucunda topluma, çevreye ve tüm paydaş gruplarına karşı zarar vermeleri sebebiyle de sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütmek zorundadırlar.

İşletmelerin, hayatlarını sürdürebilmelerinin ilk şartı, gerçekleştirdikleri faaliyetler sonucunda kâr elde etmeleridir. Bir işletmenin varlığını sürdürmesini sağlayacak kârı elde edebilmesi için de, rekabet edebilir bir düzeyde bulunması şarttır. İşletmelerin bu gibi hedeflere ulaşabilmesi için, sürekli olarak finansal hareketlerinin kaydedilmesi, takip edilmesi, analiz edilip elde edilen bilgilerin değerlendirilmesi

gerekmektedir (Altun, 2018: 36). Bu amaçla işletmeler dönemsel olarak finansal durumlarını raporlamaktadırlar. Fakat günümüzde, işletmelerin sadece finansal durumlarını raporlamaları yeterli görülmemekte, finansal olmayan bilgilerini de raporlaması gerekli görülmektedir. Bu ihtiyacın karşılanabilmesi amacıyla, işletmeler alternatif raporlama yöntemleri benimsemektedirler (Altun, 2018: 37). Hal böyle olunca da, finansal olmayan bilgilerin raporlanması gerekliliği doğmuş ve “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması”, “Sürdürülebilirlik Raporlaması” gibi kavramlar ortaya çıkmıştır (Karğın vd., 2013: 29). İşletmelerin finansal olmayan bilgilerini raporlayabilmesi için de, uluslararası anlamda kabul edilen raporlama rehberleri yayınlayan kurum ve kuruluşlar ortaya çıkmıştır. Bu kurum ve kuruluşlar arasında dünya çapında en yaygın olarak kabul edilmiş kurum ve inisiyatif, GRI (Global Reporting Initiative – Küresel Raporlama Girişimi)’dir. GRI işletmelerin ekonomik, çevresel ve sosyal performanslarıyla ilgili standartları belirlemekte ve işletmelerin finansal olmayan bilgilerini raporlamasına imkan tanımaktadır (Önce vd., 2015: 237).

Yukarıda bahsedilenler ışığında, bu çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmelerin finansal performansı üzerindeki etkisi ölçülmeye çalışılacaktır. Bu amaçla çalışma giriş bölümüyle başlamakta ve toplamda 3 bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde kurumsal sosyal sorumluluğun tanımı, ortaya çıkışı, kapsamı, önemi ve kavramla ilgili Türkiye’deki mevcut durum hakkında açıklamalar yapılacak ve kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili kavramsal bilgilere yer verilecektir.

İkinci bölümde “Sosyal Sorumluluk Muhasebesi”, “Kurumsal Sürdürülebilirlik”, “Kurumsal Raporlama”, “Finansal Olmayan Bilgilerin Raporlanması (Sürdürülebilirlik Raporlaması)”, “GRI (Global Reporting Initiative – Küresel Raporlama Girişimi)” ve “Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi”nden bahsedilecek ve konuyla ilgili kavramsal bilgilere yer verilecektir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise, Borsa İstanbul(BIST) Metal Eşya, Makina Endeksi’nde faaliyet gösteren 29 şirketin, sürdürülebilirlik raporlaması yapmalarının finansal performansları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu ölçülmeye çalışılacaktır. Bu amaçla, bu şirketlerin GRI çerçevesinde “Ekonomik”, “Çevresel”, “Sosyal” ve “Toplam Sürdürülebilirlik Skorları” hesaplanacaktır. Sürdürülebilirlik

skorları elde edilen işletmelerin, finansal performansını ölçmek amacıyla da, araştırmayla ilgili olan çalışmalar taranacak ve benzer çalışmalarda kullanılmış olan finansal oranlar belirlenecektir. Şirketlerin sürdürülebilirlik performansıyla, finansal performansı arasındaki ilişkinin değerlendirilebilmesi için, Panel Veri analizi yapılacak ve sürdürülebilirlik raporlamasının, finansal performans üzerindeki etkisi araştırılarak, sonuçlar okuyucuya sunulacaktır.



BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLE İLGİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Toplumunu oluşturan en önemli yapı taşı bireydir. Her bireyin kendisine, ailesine, çevresine ve topluma karşı sorumlulukları bulunmaktadır. Benzer şekilde, toplumu oluşturan bireyler gibi, toplum içerisinde faaliyette bulunan kurumların da sosyal olarak sorumlu davranışlar içerisinde bulunmaları gerekmektedir. Durum böyle olunca, günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk kavramı büyük önem taşıyan bir kavram haline gelmiştir.

Bu bölümde kurumsal sosyal sorumluluğun tanımı, ortaya çıkışı, kapsamı ve önemi hakkında açıklamalar yapılmıştır.

1.1.Genel Olarak Sorumluluk Kavramı

Sorumluluk kavramı günlük hayatta bireysel, örgütsel ve toplumsal düzeyde sıkça karşılaştığımız kavramlardan biridir. Bir birey, hayatını sürdürürken, kendisine, ailesine, işine, arkadaşlarına, çevresine ve topluma karşı bir takım sorumluluklar üstlenir (Torlak, ve diğerleri, 2015: 3). Bu sorumluluklar kendi sağlığımızı korumaktan, bir vatandaş olarak yapmamız gereken sorumluluklara kadar, bulunduğumuz ortam ve yere göre değişmektedir.

Sorumluluk kavramı; “kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi; mesuliyet”, şeklinde tanımlanmaktadır (Türkçe Sözlük, 2013). Dünyada ekonomik, teknolojik ve politik gelişmeler sonucunda, herkesin birbirine olan bağımlılığı artmaktadır. Bu bağımlılığın artmasıyla, toplumların refah düzeyinin geliştirilmesi ve sürdürülebilir kalkınma için bireyler ve kurumlara önemli sorumluluklar düşmektedir (Argüden, 2002: 9).

1.2.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi

Günümüzde teknolojinin gelişmesi, üretim imkanlarını ve pazarda faaliyet gösteren işletmelerin sayısını arttırmıştır. Ancak, teknolojinin gelişmesi beraberinde çevresel sorunları da getirmiştir. Bu sorunlar, bizleri, aşırı çevre kirliliği, doğal kaynakların azalması, karbon ayak iziyle orantılı artan küresel ısınma, iklim değişikliği

tehdidi, eğitim ve sağlık hizmetlerindeki problemler gibi, çok sayıda problemle yaşamak zorunda bırakmıştır (Akkoyunlu ve Kalyoncuoğlu, 2014: 125). Tüm bunları göz önünde bulundurduğumuzda, Friedman'ın "*işletmelerin esas sorumluluğunun kârlarını maksimize etmek*" anlayışının artık geçerli olmadığı, işletmelerin sosyal olarak da sorumlu olmaları gerektiği sonucunu doğurmuştur (Baron, 1993: 507-508).

Sosyal sorumluluk, hem kurumsal hemde kişisel olarak yardımseverlik ihtiyacını karşılamak için ortaya çıkmış çağdaş bir yol göstericidir (Pringle ve Thompson, 2000: 251-252). Günümüz işletmelerinin sürdürülebilirlik için amaç edindikleri bu olgunun tarihi çok eskiye dayanmaktadır. Asıl amacı, yaşanılan topluma fayda sağlamak ve yardımlaşmak olan bu kavramın tarihi, daha taş devrinin ilk çağlarından başlamış ve yirminci yüzyılın başlarından itibaren önem kazanmıştır (Aydede, 2007: 16-21). Kavramın ilk ortaya çıktığı zamanlarda, işletmeler için sadece kâr elde ediyor olmak sosyal sorumluluk için yeterli görülürken, 21.yy'dan itibaren şirketlerin sorumlu sayılabilmesi için, kendi çıkarları ve hukuksal zorunluluklarının ötesinde, toplumsal fayda yaratmanın gerekliliği ortaya çıkmıştır (McWilliams ve Siegel, 2001: 117-127). İşletmelerin iş faaliyetlerinin, tüm paydaşları etkilemesi nedeniyle, kâr elde etmenin yanında, toplumdaki sorunlara karşı duyarlı olması ve sosyal inanç sistemini benimsemesi beklenmektedir (Göksel, 2010: 133-134). İşletmeler, ekonomiyi, toplumu ve çevreyi nasıl etkilediklerinin farkında olmak zorundadır. Tüm bunlar neticesinde işletmeler, oluşan bu etkinin, kurumun paydaşları tarafından dikkate alınacağını bilmektedirler (Öztürk vd., 2013: 3).

Günümüzde sosyal sorumluluk doğrultusunda faaliyet gösteren işletmeler, başarılı olabilmenin yolunun ekonomi, çevre ve toplumdaki geçtiğinin farkındadırlar. Bu bilinç doğrultusunda hareket eden işletmelerin, uzun vadede kazançlı çıkacakları düşünülmektedir. Ancak, kavram günümüzde işletmenin sadece paydaşlarına karşı sorumluluk üstlenmesiyle kalmamakta, bunun ötesinde üstlendiği sorumlulukları süreçlere yaymayı, böylece etkileri ölçmeyi, denetlemeyi ve rapolamayı içermektedir (Başar, 2014: 60; Aktan ve Börü, 2007).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını, tam ve kesin olarak tanımlamak oldukça güçtür. Çünkü, sosyal sorumluluk, toplum ve zamana göre değişkenlik gösteren değer yargılarıyla yakından ilişkilidir (Akbaş, 2010: 6). Ancak, kavramın geçmişten günümüze

kadar bir çok farklı tanımı yapılmıştır. İlk olarak, bazı uluslararası kurumların yapmış oldukları tanımlara değinecek olursak;

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili olarak Avrupa Komisyonu'nun yaptığı tanıma göre; Kurumların, gönüllü olarak sosyal ve çevresel mevzularını, örgütsel faaliyetleriyle ve sosyal paydaşlarıyla olan etkileşimlerini bütünleştirebildiği bir kavramdır (Commision of the European Communities, 2001: 7).

Birleşmiş Milletler Endüstriyel Gelişim Kurumuna göre; Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumların paydaşlarıyla, faaliyetlerindeki sosyal ve çevresel meselelerini bütünleştirdiği ve etkileşime girdiği, bir yönetim kavramıdır (United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)).

Amerika Birleşik Devletleri Uluslararası Kalkınma Ajansına göre; kurumsal sosyal sorumluluk, etik değerlere ve yasal gereksinimlere uyma, bireyler, toplum ve çevre için saygıya dayanan, şeffaf iş faaliyetleri anlamına gelmektedir (United States Agency for International Development (USAID), 2002: 2).

Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi (WBSCD) ise, kurumsal sosyal sorumluluğu, işletmelerin toplama karşı davranışlarının etik olması, işletmenin paydaşları ile olan ilişkilerinde sorumluluklarının farkında olması gerektiğini ve bunlarla beraber işletmenin çalışanlarının, onların ailelerinin ve toplumun hayat standartlarının arttırılması ve ekonomiye katkıda bulunulması gerektiğini ifade eden bir kavram olduğunu ifade etmiştir (Moir, 2001: 1).

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili olarak, uluslararası kuruluşların yaptığı tanımlara değindikten sonra, kavramla ilgili yapılan diğer tanımlara aşağıda yer verilmiştir;

Bowen (1953), kurumsal sosyal sorumluluğu, “işletmelerin toplum değerleri doğrultusunda hareket etmesi ve bunu fayda beklemeden gönüllü olarak faaliyette bulunması.” şeklinde tanımlamıştır.

Carroll (1999), kurumsal sosyal sorumluluğu, “kurumların ekonomik faaliyetlerini yaparken, herhangi bir kâr amacı gütmeyen, gönüllü olarak daha iyi bir toplum ve çevre için çalışması ve katkıda bulunması” olarak tanımlamıştır.

Sethi (1975)'ye göre KSS; işletmelerin, toplumun beklentilerini karşılamak amacıyla, her işletmenin faaliyet gösterdiği toplumun sosyal normlarına, değerlerine ve beklentilerine uyumlu davranışlar sergilemesi anlamına gelmektedir.

Jones (1980)'e göre; kurumsal sosyal sorumluluk, sadece hissedarlara karşı değil, toplumda işletmenin yürüttüğü faaliyetlerden etkilenebilecek herkese karşı yerine getirilmesi gereken bir yükümlülüktür.

Aktan ve Vural (2007)'a göre; Kurumsal sosyal sorumluluk, herhangi bir organizasyonun (kâr amacı güden bir şirket, kamu kuruluşları ya da hükümet-dışı organizasyonlar) hem iç, hem de dış çevresindeki tüm çıkar gruplarına karşı etik ve sorumlu davranması, bu yönde kararlar alması ve uygulaması gerektiğini ifade eden bir kavramdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk, etik değerlere, yasal gerekliliklere, insanlara, topluma ve çevreye karşı, şeffaf kurumsal faaliyetler anlamına gelmektedir (Uğur ve Sayılı, 2016; 361). Daha geniş bir tanımla, kurumların istihdam yaratmaları, üretim yapmaları, kârlarını maksimize etmeleri, vergi vermeleri, hizmet sağlamaları gibi, ekonomik amaçlara ilaveten, topluma katkıda bulunmaları, çalışanlarla ilgili uygulamalarını geliştirmeleri, insan haklarına ve çevreye dikkat etmeleri gibi birtakım çevresel ve toplumsal amaçları da gerçekleştirmeleri gerektiğini ifade eden bir anlayıştır (Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu, 2009: 2).

Farklı kurum ve araştırmacılar tarafından yapılan tanımlamalardan hareketle, bu tanımların ortak yönlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür; (Bayraktar vd, 2009: 7);

- İşletmelerin kâr elde edebilmek için ürün ve hizmet üretmek dışında başka sorumlulukları da bulunmaktadır,
- İşletmeler faaliyetleri sonucunda sebep olduğu sosyal sorunlara karşı çözüm aramalıdırlar,
- İşletmelerin, tüm paydaşlarına karşı sorumlulukları bulunmaktadır,
- İşletmeler, ekonomik değerlerinin dışında insani değerlere önem vermelidirler.

Kurumsal sosyal sorumluluk denildiğinde, işletmelerin büyüme hedefi doğrultusunda, çevreyi korumak için önlemler almaları akla gelmektedir. Ancak, bu tam bir tanım değildir. Bir işletmenin, çevre ve topluma karşı sorumluluklarının yanında, etkileşim içinde bulunduğu ve yaptığı işlemlerin sonucundan etkilenebilecek tüm çıkar gruplarına karşı sorumlulukları bulunmaktadır (Aktan, 2007: 9). İşletmeler, toplumun

ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmalı ve bu doğrultuda, toplumsal olarak sebep olduğu etkileri en aza indirmek için çalışmalıdırlar (Bloom ve Gundlach, 2001: 142).

İşletmeler, daha az kâr elde edecek olsa bile, sosyal sorumluluklara önem vermelidirler. Bu konuda yapılan çalışmalar, daha az kâr elde etme söz konusu olsa dahi, işletmelerin sosyal sorumluluklarının farkında olduğunu ve benimsediğini göstermektedir (Hackston ve Milne, 1996: 77). Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının benimsenmesi ve yaygınlaşmasında etkili olan faktörleri, şu şekilde sıralamak mümkündür (Kercher, 2007: 1);

- Küreselleşme ve çok uluslu işletmeler yoluyla, sınır ötesi ticaretin yaygınlaşması, insan hakları, çevreyi koruma, sağlık, güvenlik ve yolsuzlukla mücadele etme gibi, alanlarla ilgili olarak kurumsal sosyal sorumluluk farkındalığının artması,

- Birleşmiş Milletler, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) gibi kuruluşların, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları için normlar, beyanlar, kılavuzlar, ilkeler vb. araçlar geliştirmeleri,

- Toplumun bilgi ve medyaya erişimi sayesinde, daha fazla bilgili olması ve kurumsal faaliyetleri kolaylıkla izleme imkanlarının bulunması,

- Tüketiciler ve yatırımcıların, sorumlu iş uygulamaları konusunda ilgilerinin artması ve işletmelerin çevresel ve sosyal konularla ilgili olarak, riskler ve fırsatları nasıl ele alacağı konusunda daha fazla bilgi talep etmeleri,

- Son zamanlardaki yüksek profilli işletmelerin iflasının kamu güvensizliğine neden olması ve gelişmiş kurumsal yönetim, hesap verebilirlik ve şeffaflık talep edilmesi,

- Bir işletmenin faaliyet alanı ne olursa olsun, asgari standartlara ilişkin olarak, çeşitli ülkelerin vatandaşlarının sosyal ve çevresel konularla ilgili beklentilerinin karşılanmasının gerekliliği,

- Kurumsal sosyal sorumluluk ve çok uluslu şirketlerle ilgili, mevcut düzenlemeler ve mevzuatın yetersizliği konusunda farkındalığın artması.

1.3.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Gelişimi

Kurumsal sosyal sorumluluğun ilk kez bir kavram olarak ortaya çıkışı, 1950'lere dayanmaktadır. O dönemde, bu kavram işletmelerin topluma karşı yükümlülüğü olarak yorumlanmış, 1960'larda isteğe bağlı bir hale gelmiş, 1970 ve 1980'lerde yönetimle ilgili konulara dâhil edilmiş, 2000'lerde ise, hak ettiği niteliği kazanmıştır (Özgen, 2006: 23).

Kurumsal sosyal sorumluluğun tarihi kısa gibi gözükse de, konuya sosyal sorumluluk olarak bakınca, kavram tarih öncesi dönemlere kadar uzanmaktadır.

Geçmişten günümüze kadar olan süreçte, işletme, toplum için mal ve hizmet üreten kuruluştur ve temel amacı, işletmenin sürekliliği kavramı gereğince, sınırsız sayılan ömürünü devam ettirmektir. İşletmelerin hayatlarını devam ettirebilmesi de, kârlılığına bağlıdır.

İşletmelerin sorumlulukları tarih boyunca tartışılmıştır. İşletmelerin sorumluluklarını dönemseldan, üç dönem olarak ele almak mümkündür (Özüpek, 2005: 16):

1.Dönem: M.S. 1100'lere kadar uzanan bu dönem, Çin, Eski Yunan, Mezopotamya, Roma ve diğer ilk uygarlıkları kapsar. Bu toplumlardaki bireylerin, ahlaki değerleri, dini inançları, kişisel yargıları ve çeşitli yasalarla bilinçsiz olarak yürüttüğü faaliyetlerde, sosyal sorumluluğun bulunduğu görülmektedir (Luthans, 1972: 3). Bu dönemde, Sümer tabletlerinde ticarete konu olan tarafların sorumlulukları, sınıflandırılarak tanımlanmıştır. Bu tabletlerde işçilerin çalışma ve dinlenme haklarının güvence altına alındığı fark edilmiştir (Çığ, 2006: 164). Benzer şekilde, Hamurabi Krallığı'nın Babil'de ticarete konu olan tarafların sorumluluklarına önem verdiği de görülmektedir (Epstein, 2002: 3). Konuyla ilgili olarak Eflatun, devletlerin toplumuna karşı bir takım sorumlulukları olduğunu ve yöneticilerin ekonomik konulardaki çıkarları her şeyin üzerinde tutmaları gerektiğini belirtmiştir (Özüpek, 2005: 17). Aynı şekilde Aristo ise, ekonomik olayları ahlaki bir bakış açısıyla ele almış, kazançların ve fiyatların adil bir şekilde oluşması gerektiğini ve faizin adaletsiz olduğunu ifade ederek, sorumluluk anlayışının oluşmasına ve gelişmesine katkıda bulunmuştur (Esin, 1978: 52).

Kavrama dini açıdan bakıldığında; Müslümanlıkta, sosyal sorumluluk zekat kavramıyla örtüşmektedir. Zekatla zengin fakirin hakkını ödemiş olur. İnanç gereği zekatı ödenmeyen bir mal helal olarak sayılmaz, dahası gayrimeşru bir servet haline gelir (Zaim, 1986: 17-37). İslamiyet ve Hıristiyanlık'ta tolerans, özgürlük, eşitlik ve hoşgörü toplumsal olarak sosyal sorumluluk için büyük önem arz etmektedir. (Cüre, 2015: 101). Hıristiyanlık ve Musevilikte topluma fayda sağlamak bir bireyin sosyal sorumluluklarını yerine getirmesi anlamına gelir (Aydede, 2007: 16). Özellikle Kuran-ı Kerim, işverenlerin hayırseverlik faaliyetleriyle ilgili kesin hükümler koymuştur. Burada

işverenin mal varlığında, toplumunda payı olduğu ifade edilir. Öte yandan, vurgunculuk, hile, tekelcilik ve rüşvet de, uzak durulması gereken ticari faaliyetler olarak belirtilmiştir (Yamak, 2007: 10-11).

2.Dönem: Sanayi devriminden önceki dönemi kapsar. Yani M.S. 1100'den, 1800'e kadarki dönemdir (Özüpek, 2005: 17). Bu dönemde, işletmelerin sosyal sorumlulukla ilgili olarak, toplumun çıkarlarını gözetmesi gerektiği varsayılmıştır (Wood, 1990: 56).

Bu dönemde, devletlerin merkezi gücü oluşturduğu ülkelerde, sosyal sorumluluklar açısından toplumla ilgili her türlü kararı verme yetkisini, bu devletler elinde tutmuşlar ve yine bu dönemde, yöneticiler ve işletmeler, sosyal sorumlulukları kendi ülkelerine çıkar sağlayabilmek için, başka ülkelere karşı sorumsuzca davranmışlardır (Özüpek, 2005: 18-19). Kısaca bu dönemde, sosyal sorumluluk olarak ifade edilen şey, işletmelerin dış pazarlardan kendi ülkesi için çıkar sağlaması ve dış ülkelere karşı sorumsuzca davranması olarak açıklanabilir (Esin, 1978: 55-56).

3.Dönem: 1800'lerin başından itibaren başlayan bu dönemde, endüstrileşme üretimi arttırmış, üretimin artmasıyla birlikte, insanlar kendi ihtiyaçları dışında, başkalarının ihtiyaçlarını da karşılamaya başlamıştır. Bu durum, sosyal sorumluluk kavramının oluşmasını sağlamıştır (Aydede, 2007: 17).19.yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde ise, sanayileşmeyle işletmelerin temel amacı yüksek kâr elde etmek olmuştur (İşseveroğlu, 2001: 57). Şirketler tarafından üstlenilen sorumluluklar, büyük ölçüde toplumdan gelen baskılar karşısında büyük kitleleri memnun etmek kaygısıyla yapılmıştır. Sosyal problemleri azaltma ve giderme amacı güdülmeyen, hayır işlemeyi hedefleyen faaliyetler ön planda tutulmuştur (Kotler ve Lee, 2008: 6-14). İşletmeler, hem kârlarını maksimize etmeye, hem de sorumluluklarını gerçekleştirmeye çalışmışlardır. Ancak işletmeler, maksimum kâr elde etmek isterken, bu isteklerini zaman zaman kötüye kullanmışlardır (Luthans, 1972: 1).

Yine bu dönemde, yeni gelişen fabrika sistemleri, işletmeleri hızlı ve yüksek miktarda üretim yapma kapasitesine kavuşturmuştur, ancak bu durum, işverenlerin, çalışanlarının sosyal ihtiyaçlarını görmezden gelmelerine neden olmuştur (Vural ve Coşkun, 2011: 65). Benzer şekilde, dönemin çalışanları beceri ve eğitim açısından sınırlı olduğu için, bu dönemde yeni işçiler bulmak ve değiştirmek kolay olmuştur. Bundan

dolayı, çalışanlar, işletmelere muhtaç durumdaydılar ve şartlar nasıl olursa olsun, karın tokluğuna dahi çalışmak zorunda kalmışlardır (Ay, 2000: 239-240). Bu durumun farkında olan, Amerikalı sosyolog Small ve dönemin aydınları, büyük sanayi şirketlerinin, topluma karşı sorumluluklarını hiçe saymalarından endişelendiklerini söylemiş ve şirketlerin toplumsal amaçlarının olduğunu belirtmiştir (Yamak, 2007: 15). Daha sonraki yıllarda, sosyal konularda çalışma yapanlar da, işçilerin bazı hakları olduğunu söylemiş ve zaman içerisinde örgütlenerek, 1870'li yıllardan itibaren, işçi sendikaları kurulmasının temellerini atmışlardır (Esin, 1978: 239-240).

Sendikacılık ve kamu sağlığı kanunu gibi yasalar, işletmelerin çalışanları ve toplumuna karşı üstlenmesi gereken sorumluluklarını arttırmıştır (Pringle ve Thompson, 2000: 260-261). Sendikalaşma hareketleri, çalışanların toplumdaki rollerini arttırmış ve sosyal değişimin de hızlanmasına sağlamıştır (Özüpek, 2005: 24). Bu değişimler sonucunda, çalışanlar, sendikal haklar kazanmış, daha iyi çalışma şartları ve ücretin yanı sıra, diğer sosyal haklar içinde pazarlık etme gücüne kavuşmuşlardır (Ataman, 2001: 107). 1800'lerin sonlarına yaklaşırken yaşanan bu gelişmeler hem Amerika, hem de Avrupa'da, sosyal sorumluluk kavramının temellerini oluşturmuştur. Sanayileşme, kent yaşamına geçiş ve büyük şirketlerin ortaya çıkmasıyla, sosyal sorumluluk kavramı daha belirgin bir hale gelmiştir (Aydede, 2007: 17). Sanayileşme ve kent yaşamı, beraberinde şirketlerin toplumsal rolünün daha fazla sorgulanmasına neden olmuştur. Sanayileşme, toplumun yaşamında büyük değişiklikler yapmış, bu durumda, ülkelerin kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili yasalar çıkartmalarını sağlamıştır (Yamak, 2007: 17). Tüm bu gelişmeler ışığında, işletmeler, başarılarının ve toplumdaki rollerinin farkına varmış, içinde bulunduğu topluma nasıl fayda sağlayabileceklerini görmeye başlamışlardır (Jones, 1980: 62).

1920'li yıllara gelindiğinde, birçok yazar tarafından, modern anlamda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının doğuşu gerçekleşmiştir (Aktan C., 2007: 15). Bunda 1929 yılında gerçekleşen ekonomik buhranın önemi büyüktür, çünkü ABD'de borsanın çökmesiyle, işletmelerin yapmış olduğu yolsuzluklar ortaya çıkmış ve topluma verilen büyük zarar fark edilmiştir (Köksu, 2006: 64). 1930-40 ve 50'ler iş dünyasında sosyal sorumlulukların arttığı, çalışanların sigorta, emeklilik, güvenlik, sağlık gibi durumlarına daha fazla ilgi gösterildiği yıllar olmuştur. Rekabet, hükümet uygulamaları, artan sosyal

değerler ve çalışanlara karşı sorumluluklar değişmiş ve gelişmiştir (Aydede, 2007: 19-20).

II.Dünya savaşıdan sonra, işletmelerle ilgili bazı yasal düzenlemeler getirilmiştir. Bu düzenlemelerle, tüketiciyi koruma, çalışan hakları, çalışanların iş güvenliği ve sağlığını önemseme, çevreyi koruma, sigortalı çalışma gibi, sosyal sorumluluklardan bahsedilmiştir (Aslanova, 2015: 12). Sivil toplum örgütlerinin toplumdaki rolleri artmış, kadın hakları, ırk ayrımı gibi konularda önemli gelişmeler yaşanmıştır. İşletmeler, bu gelişmelere kayıtsız kalmamış ve kurumsal sosyal sorumluluklarına yönelmeye başlamışlardır (Aktan & Börü, 2007: 16). Bunların yanında sosyal sorumluluklarla ilgili yasal düzenlemeler de hayata geçirilmiştir. Örnek verilecek olursa; ürün ambalajlarında doğru bilgilendirme, yapılan/yapılacak reklamların kamu yararını gözetmesi, atıkları azaltma ve çevre sağlığı gibi konular esasa bağlanmıştır (Kılıç, 2017: 126). Bu gelişmelerden anlaşıldığı üzere, modern anlamda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkmasında, 1.Dünya Savaşı, 1929-1933 Ekonomik Buhranları ve özellikle 2. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan bazı gelişmeler etkili olmuştur. Buradan hareketle kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimine etki eden unsurları şu şekilde özetlemek mümkündür. (Tosun, 1978; 4-6; Ataç, 1982: 105);

- Devletlerin ekonomik konularda müdahaleleri artmış ve sonucunda işadamları bazı sınırlamalarla karşılaşmışlardır.
- Nüfusun hızla artması, insanlar arasındaki ilişkileri arttırmıştır. Nüfusun artması işsizlik sorununu da beraberinde getirmiştir.
- Devletlerin demokratikleşmesi ve insanileşmesi, bireyleri daha güçlü birer varlık haline getirmiş, İnsan Hakları Beyannamesiyle insanların toplumsal ve siyasal ve gücü artmıştır.
- Toplumun bireyleri çeşitli örgütlere üye olmuş, bunun neticesinde örgütsel güç artmıştır.
- Savaşlar sonucunda dünyanın ikiye bölünmesi ve uluslararası siyasal ve ekonomik rekabetin beslenmesi, kurumlar ve ulusların yönetilmesinde bir takım değişikliklere gidilmesini gerektirmiştir.

1953'te kavramsal açıdan, ilk kez kurumsal sosyal sorumluluğu açıklayan Howard Rothmann Bowen olmuştur. Bowen, "İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları" adlı kitabında, işletme sahiplerinin toplum üzerinde sosyal sorumluluklarının olduğunu belirtmiştir (Bowen, 1953: 6). Kurumsal sosyal sorumluluğun, ilk tanımının yapılmasından yaklaşık yedi yıl sonra da, "Ulusal Çevre Politikası", "İnsan Hakları Sözleşmesi" gibi sözleşmelerde, kâr, hisse gibi kavramların yerini, toplum, çalışanlar, paydaşlar gibi kavramlar almaya başlamıştır. Böylece, kârın yanında sosyal sorumlulukların da beraber anılması gerektiği öne çıkmıştır (Aydede, 2007: 20). Yaşanan bu gelişmeler, kurumsal sosyal sorumluluğun artık resmiyette de hissedilmeye başlandığının göstergeleridir.

1970'li yılların başlarında, sosyal huzursuzluklarda bir artış gözlemlenmektedir. Bu huzursuzluklar, yönetime katılmanın öneminin anlaşılması, sosyal sorumlulukla ilgili kanun ve düzenlemelerin yapılmış olması, toplumsal baskı ve hükümetlerin gayretiyle, işletmeleri sosyal sorumluluklar açısından düşünmeye sevk etmiştir (Özgener, 2000: 140). Hükümetler tarafından yapılan kanun ve düzenlemelerle, işletmelerde kârı paylaşma, ortaklara bilgi sağlama, çevreyi koruma, iş vermede adalet, reklamların ahlaki olması ve faaliyetlerin topluma sağlayacağı faydaları hesaba katma gibi, kurumsal sosyal sorumluluklar görülmüştür (Aktan ve Börü, 2007: 16).

1980'li yıllara gelindiğinde, işletmelerin ekonomik, sosyal, teknolojik ve politik çevrelerinde büyük değişimler olmuştur. Değişikliklerin çarpıcı olduğu, yeni kurumların ortaya çıktığı ve mevcut kuramların geçerliliğini yitirdiği bir dönemdir. Bu değişiklikler, işletmelerin sosyal sorumluluklarını da genişletmiştir (Drucker, 1992: 95). İşletmeler, geri dönüşüm, atıkları azaltma, toplum sağlığına hizmet, daha iyi çalışma koşulları, fakirlere maddi yardım gibi konularda, etkinliklerini arttırmıştır (Aktan ve Börü, 2007: 16). Yine benzer şekilde, işletmeler tarafından, rekabet için kaliteli ve ucuz mal üretmenin yeterli olmadığı fark edilmiş ve işletmelerin gerçekleştirdiği faaliyetlerinin tüm aşamalarında, sosyal sorumluluklarının farkında hareket etmeleri gerektiği kabul edilmiştir (Saç, 2009: 16). Tüketici tarafından da, üreticilerden çevre dostu ürünler talep edilmeye başlanmıştır (Rohitratana, 2002: 60-64). 1980'lerin sonuna gelindiğinde, işletmelerin sosyal sorumluluklarının, çıkar gruplarını, toplumu ve devletin çıkarlarını gözetmek ve geliştirmekten ibaret olduğu açıkça görülmüştür (Drucker, 1992: 95).

1990’larda, kurumsal sosyal sorumluluk için çok fazla uluslararası kuruluş ortaya çıkmıştır. Bu oluşumlar şunlardır (Öztürk vd., 2013: 9);

- International Association for Business and Society - Uluslararası İşletme ve Toplum Kuruluşunun faaliyete geçmesi,
- Business Ethics Quarterly dergisinin yayınlanmaya başlanması (1991),
- Coalition For Environmentally Responsible Economies - CERES (1997) ve en önemli iki girişimi:

- ❖ 1. GRI (Global Reporting Initiative)

- ❖ 2. INCR (Investor Network on Climate Risk)

- Birleşmiş Milletler Çevre ve Gelişme Konferansı (UNCED)’in Rio Bildirgesi (1992)
- Birleşmiş Milletler Kopenhag Bildirgesi (1995)
- Uluslararası Toplumsal Yükümlülük Girişimi, SA8000 standartları (1997)

1990’ların sonlarında, işletmeler toplumdaki konumlarını sağlamlaştırmış ve toplumun refahını sürdürmek amacıyla sosyal sorumluluklarını arttırmışlardır. Böylece, işletmeler, içerisinde buldukları topluma karşı, sorumlu olmaları gerektiği beklentisiyle karşılaşmışlardır(Özüpek, 2005: 31). Bu beklenti neticesinde işletmeler, artık sadece ekonomik yapılar olarak düşünülmemiş, sosyal işletme olarak değerlendirilmişlerdir. Durum böyleyken, işletmeler kâr elde etmenin yanısıra, topluma karşı sorumluluklarını da yerine getirmeye çalışmışlardır (Bayrak, 2001: 102).

2000’li yıllara gelindiğinde ise, işletmelerin gelişimi toplumla olan etkileşimiyle ilişkili hale gelmiştir. İşletmeler, sosyal alanda gelişirken, sosyal faaliyetleri de, işletmelerin ekonomik durumunu etkilemiştir (Öcal, 2007: 8).

Günümüzde, kurumsal sosyal sorumluluk, kurumlar için önemli uygulamaları barındıran bir anlayış haline gelmiştir (Boran, 2011: 7). Rekabet avantajı ve farklılıklar sunmak, işletmelerin hayatta kalması için bir zorunluluk olmuştur. Bu zorunluluk, işletmelerin sosyal sorumluluklarının bilincinde olarak farklılaşmalarını sağlamıştır (Güzeltik, 1999: 220).

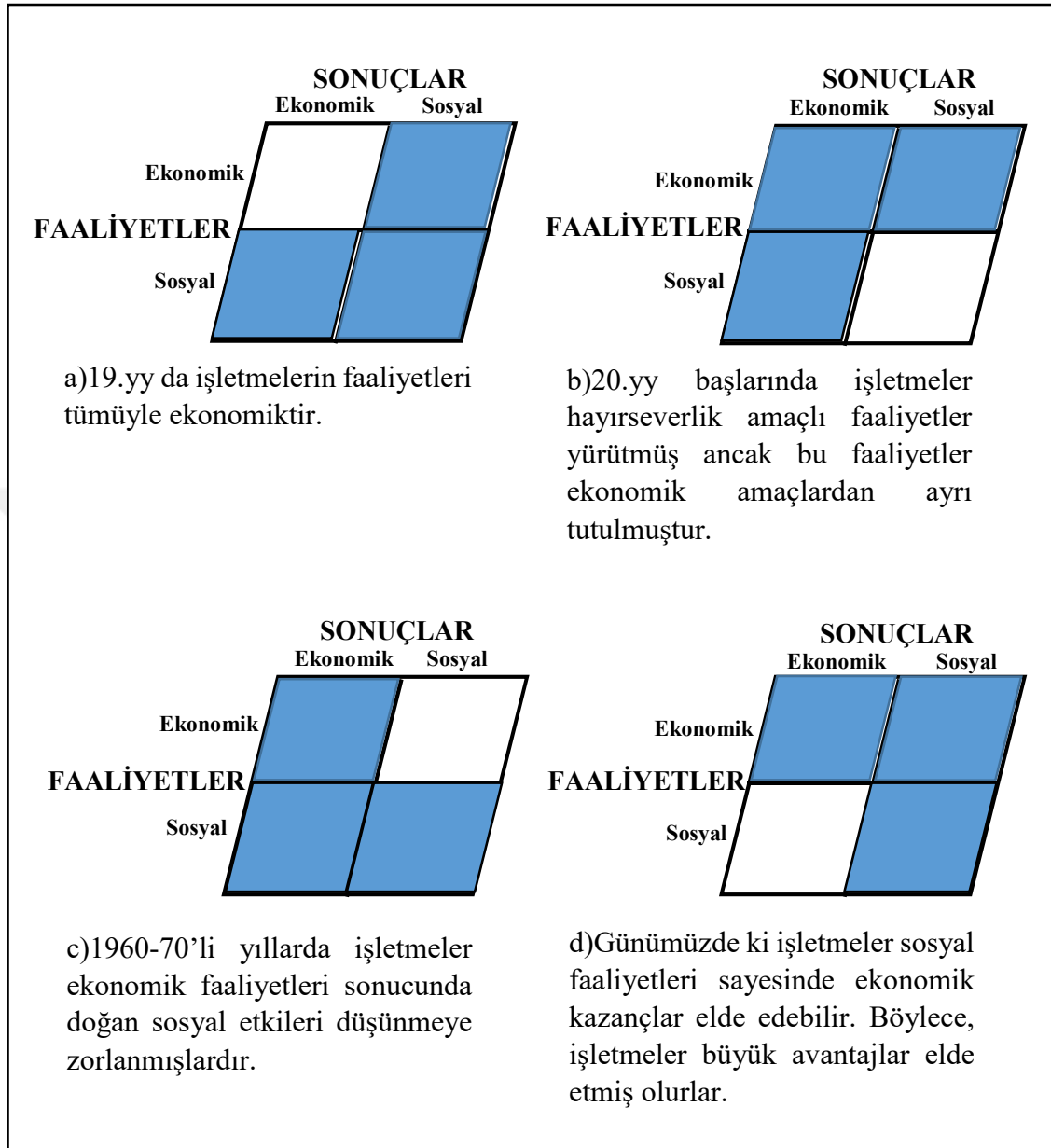
Kavram, son yıllarda tüm dünya ülkelerinin gündemine girmiştir. Başta BM olmak üzere, AB, OECD, Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar, "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" kavramına büyük önem vermektedirler. Bir şirkete yatırım yapılacağı zaman, o şirketin kurumsal sosyal sorumluluk performansı dikkate alınmaya başlanmıştır. İngiltere'de, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bakanlığı bile bulunmaktadır (Özgen, 2006: 28). Ayrıca kavram, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performans düzeylerini belirlemek amacıyla, günümüzde Küresel Raporlama Girişimi(GRI)'nin belirlediği kriterlerle kurumlar için Kurumsal Sosyal Sorumluluk(Sürdürülebilirlik Raporlaması) Raporlaması yapılmasının temelini oluşturmuştur. Artık kurumlar, GRI tarafından belirlenen kriterleri dikkate alarak, uluslararası olarak kurumsal sosyal sorumluluk düzeylerini ölçen raporlar yayınlamaktadırlar.

Günümüzde işletmelerin sosyal sorumluluklarını, kısaca şu şekilde ifade etmek mümkündür (Diken, 1998: 471);

- Çalışanları maddi ve manevi olarak tatmin etmek,
- Tüketicilere hizmet etmek ve tüketicilerin haklarını korumak,
- Toplumdaki bireylerin mutluluğu ve refahı için sosyal sorumluluk faaliyetleri yapmak ve çalışmalarda bulunmak,
- Hastalık, sefalet, işsizlik vb. gibi sosyal sorunlara karşı, görevden ve sorumluluktan kaçınmamak,
- Toplumun servet ve gelir dağılımında adaletli olmak,
- Ekolojik dengeyi korumak ve kaynakların doğru şekilde kullanmak,
- Çevreyi kirletmekten kaçınmak ve gerekli tedbirleri almak,
- Sanatsal ve kültürel varlıkları korumak ve desteklemek.

Günümüze kadar, çok farklı süreçlerden geçen sosyal sorumluluk, farklı zamanlarda, bulunduğu alana ve yere göre farklı biçimlerde karşımıza çıkmış ve giderek önem kazanmaktadır (Süzen ve Akın, 2016: 20). Kavramın, terim olarak 19.yy'dan, günümüze kadar uzandığı rahatlıkla söylenebilir. İşletmelerin, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini tarihsel süreçte nasıl benimsedikleri, Şekil 1.1'de gösterilmiştir (Bartol ve Martin, 1994: 106);

Şekil 1.1 – İşletmelerin Yıllara Göre Sosyal Sorumluluğu Benimseme Dereceleri



Kaynak: Bartol ve Martin, 1994: 106

Tüm bu açıklamalar ışığında kurumsal sosyal sorumluluk kavramının çok eskilere dayandığını söylemek güç değildir. Geçmişte işletme faaliyetleri tamamen ekonomik temellere dayanırken, günümüzde sosyal sorumluluk faaliyetleri, ekonomik kazanç elde edilebilir faaliyetler haline dönüşmüştür.

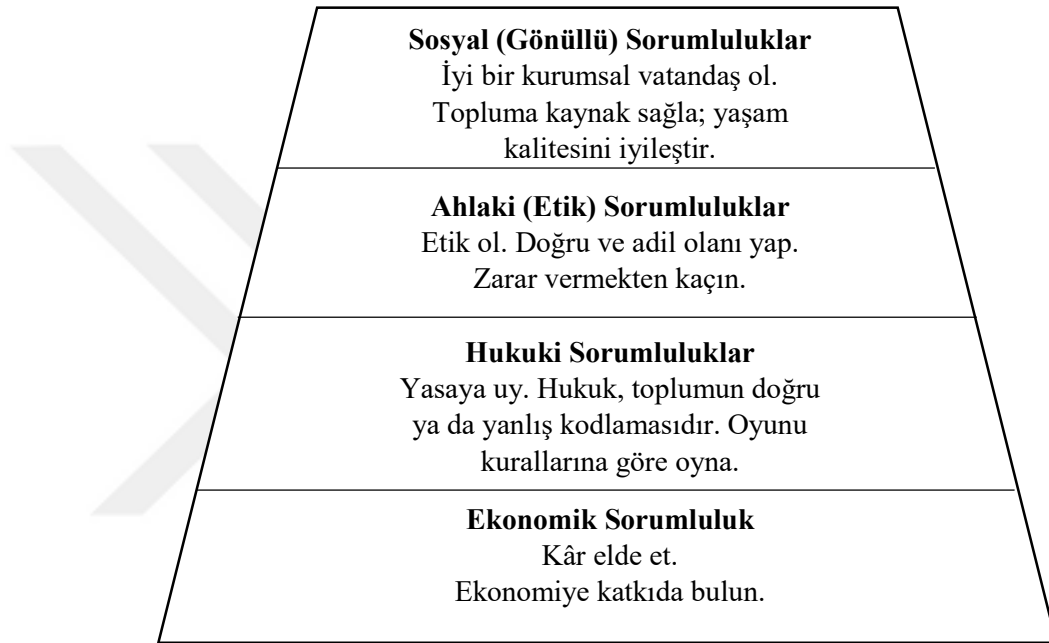
1.4.Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Boyutları

Günümüzde insanların, işletmelerin yerine getirmesi gereken sosyal sorumluluklarla ilgili olarak, bir takım beklentileri bulunmaktadır (Kılıç, 2017: 157).

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili olarak, ortaya çıkmış birçok yaklaşım bulunmakla birlikte, bunlardan en yaygın olanı, Carroll'un 1991 yılında yaptığı çalışmada yer alan sosyal sorumluluk piramididir.

Carroll (1991), işletmelerin sorumluluklarını sosyal sorumluluk piramidinde göstermiştir. Buna göre, işletmelerin dört temel sorumluluğu bulunmaktadır ve bu sorumluluklar Şekil 1.2'de gösterilmiştir;

Şekil 1.2 - Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: Carroll A. B., 1991; 42

Piramidin ilk basamağındaki ekonomik sorumluluk, işletmelerin en temel sorumluluğunun, kârlılık olduğunu açıklar. Bu sorumluluk, aynı zamanda mal ve hizmet üretimi için kaynakların nasıl kullanıldığıyla da ilgilidir (Özgener, 2000: 157). Carroll (1991), işletmelerin toplum üyelerine mal ve hizmet sağlamak için tasarlanan ekonomik kuruluşlar olduğu ve işletmelerin ekonomiye katkıda bulunmalarının, ekonomik olarak sosyal sorumluluklarını yerine getirmek anlamına geldiğini belirtmiştir. İşletmelerin ekonomik sorumluluklarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Öztürk vd., 2013: 34);

- Müşterileri tatmin edecek mal ve hizmetler üretmek,
- Yeni iş alanları oluşturmak,
- İşletmeye yatırım yapanların kazanç elde etmesini sağlamak,

- Ekonomik durumla ilgili olarak, toplumun huzurlu olmasını sağlamak ve bu anlayışla faaliyetlerini sürdürmek,
- Yaratıcılığı özendirmek.

Ekonomik sorumlulukla, işletmelerin hisse başına kazancını maksimize etmesi, kârlı çalışmalar yapması, kârlılığı sürekli kılması, güçlü rekabetçi konum ve kurumsal etkinlik sürdürmesi önemlidir. Ekonomik sorumluluğun, diğer sorumluluklara göre daha önemli olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü, diğer sorumlulukların gerçekleşebilmesi, bu sorumluluğa bağlıdır (Kılıç, 2017: 158).

Carroll (1991), ikinci basamakta yer alan, hukuki sorumluluğa, işletmelerin kâr amacına hukuki sorumluluklarını da eklemesi gerektiğini belirtmiş ve bu doğrultuda şunları ifade etmiştir; *“Yasaya uy. Hukuk, toplumun doğru ya da yanlış kodlamasıdır. Oyunu kurallarına göre oyna.”*. İşletmeler, ekonomik faaliyetlerini devam ettirirken, varolan yasal çerçeve doğrultusunda hareket etmelidirler (Çerik ve Özarslan, 2008: 593).

Üçüncü basamakta, ahlaki sorumluluklar yer almaktadır. Bu sorumlulukla ilgili olarak, etik, doğru, ve adil olma yükümlülüklerinin altı vurgulanmıştır. İşletmelerin, kâr elde ederken yasalara ve ahlaki kurallara uyması ve topluma zarar verebilecek eylemlerden kaçınmaları gerekmektedir. (Carroll, 1991: 41-42). Kurumsal sosyal sorumluluğun, etik bileşenleri şu şekilde ifade edilebilir (Kılıç, 2017: 160-161);

- Faaliyetler, sosyal normlar doğrultusunda tutarlı bir şekilde yürütülmelidir.
- Toplumun benimsediği yeni veya gelişmekte olan etik normlar kabul edilmeli ve saygı gösterilmelidir.
- Kurumsal kazanımlar için ahlaki normlardan vazgeçilmemelidir.
- Vatandaşlar açıkça kurumlardan beklentilerini açıklamalıdır.
- Kurumsal olarak dürüstlük ve etik davranışlar herşeyin önünde tutulmalı ve bu doğrultuda hareket edilmelidir.

Piramitin dördüncü ve son basamağı olan sosyal(gönüllü) sorumluluklarla ise, işletmelerin gönüllü olarak sosyal sorumluluk projelerinde yer alması ve bu projeler için kaynak ayırmaları gerektiği ifade edilmiştir. Sosyal sorumluluklar şu sözlerle özetlenmiştir; *“İyi bir kurumsal vatandaş olun, kaynaklarınız topluma katkıda bulunsun böylece, yaşam kalitesini iyileştirin.”* (Carroll A. B., 1991: 41-43). Buradaki temel kıstas kurumların

gönüllü olarak ve isteğe bağlı bir şekilde toplum yararına faaliyetler yürütmesidir (Lembet, 2012: 7).

Kurumsal sosyal sorumluluk piramidinde bahsedilen bu dört basamak, birbirlerinden bağımsız olarak düşünülemez. İşletmelerin yürüttüğü faaliyetlerde, bu dört sorumluluğun birleşimi söz konusudur. İşletme yöneticilerinin, hissedarlara karşı sorumluluğu ekonomik düzeydeyken, diğer paydaşlara karşı hukuki, ahlaki ve gönüllü sorumlulukları bulunmaktadır (Kılıç, 2017: 162).

Piramidin basamaklarına dikkat edildiğinde, yukarı doğru çıkıldıkça işletme için fayda yaratmanın yanında, toplum için fayda yaratmanın önemi belirginleşmeye başlamaktadır. En üst basamak olan gönüllü sorumlulukta, toplumsal refahı arttırmak ön plana çıkmaktadır (Carroll, 1991: 43).

Carroll'un sosyal sorumluluk piramidiyle ilgili olarak yaptığımız tüm açıklamalar ışığında, piramidin ilk basamağından son basamağına doğru gidildikçe, kurumsal sorumlulukların arttığı açıkça görülmektedir. Bunu Şekil 1.3'te ifade etmek mümkündür.

Şekil 1.3 – İşletmelerin Temel Sorumlulukları



Kaynak: Torlak, ve diğerleri, 2015; 16

Şekil 1.3'te görüldüğü üzere, işletmelerin sorumlulukları piramidin her bir basamağı çıkıldıkça, bir önceki basamaktaki sorumluluklara eklenmektedir. Ayrıca işletmeler, bu dört temel sorumlulukla, bir takım çıkar gruplarına karşı sorumluluklar da üstlenmiş olurlar. İşletmelerin üstlendiği bu sorumluluklar, çıkar gruplarına göre sınıflandırılabilir. Bu doğrultuda, işletmelerin (Yanık ve Türker, 2012: 294);

- Ekonomik olarak;
 - Çalışanlara karşı sorumlulukları,
 - Sermayedar ve hissedarlara karşı sorumlulukları,
 - Rakiplere karşı sorumlulukları,
 - Kreditörlere karşı sorumlulukları,
 - Tedarikçilere karşı sorumlulukları,
 - Müşterilere ve tüketicilere karşı sorumlulukları,
- Yasal olarak;
 - Doğaya ve çevreye karşı sorumlulukları,
 - Devlete karşı sorumlulukları,
 - Sosyal çevreye karşı sorumlulukları,
 - İnsan hakları ve demokrasiyle ilgili sorumlulukları,
 - Siyasal sistemlere karşı sorumlulukları,
- Etik(Ahlaki) olarak;
 - Doğaya ve çevreye karşı sorumlulukları,
 - Sosyal çevreye karşı sorumlulukları,
 - Refah ve sağlıkla ilgili sorumlulukları,
 - Rakiplere karşı sorumlulukları,
- Gönüllü olarak ise;
 - Çevreye ve doğaya karşı sorumlulukları,
 - Sosyal çevreye karşı sorumlulukları,

bulunmaktadır.

1.5.Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kapsamı ve Amacı

Kurumsal sosyal sorumluluğun kapsamı, ekonomik, yasal, ahlaki ve sosyal sorumluluklar olarak sınıflandırılmaktadır.

Bu sınıflandırmada ekonomik sorumluluk, işletmelerin hisse başına kazancını maksimize etmeyi, kârlı çalışmalar yapmayı, kârlılığını sürekli kılmayı, güçlü rekabetçi konum ve kurumsal etkinlikleri sürdürmeyi; hukuki sorumluluk, yasalara ve kurallara uymayı; ahlaki sorumluluk, doğru, dürüst olmayı, tam ve açık davranmayı, adaletli olmayı, topluma ve çevreye zarar vermekten kaçınmayı; ve sosyal (gönüllü) sorumluluk, iyi bir kurumsal vatandaş olmayı, topluma kaynak sağlamayı ve yaşam kalitesini iyileştirmeyi ifade etmektedir (Carroll, 1991; 40-45; Velasquez, 1988: 62).

Sosyal sorumluluk kavramının kapsamına giren konular ise, şunlardır (Çelik, 2007: 45-51);

1. İstihdam Olanakları ve Çalışma Koşullarının İyileştirilmesi,
2. İş Etiği,
3. Sermayedar ve Hissedarlara Karşı Yükümlülükler,
4. Ekolojik Yapıya Duyarlılık ve Çevre Kirliliğinin Önlenmesi
 - 4.1. Ekolojik Yapı ve Çevre Kirliliği,
 - 4.2. Gelecek Yönetim Uygulamaları ve Şirket Çevre Yönetimi,
5. Tüketicinin Korunması.

Toplum ve Bütün İnsanlığa fayda sağlamak Bu kurumsal sosyal sorumluluk konularının, sınırlarını ve kapsamını belirleyen bir takım etmenler vardır. Bu etmenler, işletmelerin performansı, beceri eksikliği, yetki ve sorumluluklardan oluşmaktadır (Tıngır, 2006: 14). İşletmeler için, kurumsal sosyal sorumluluğun sınırını ve kapsamını belirleyen kriterler ise şunlardır (Kadıbeşegil, 2006);

- İşletmelerin yasal düzenlemelerin varlığından dolayı yapmak zorunda olduğu sorumluluklar dışında, neler yapabileceğini düşünmelidir.
- İşletmelerin kar elde etmeden ayakta kalabilmeleri mümkün değildir. Bu sebeple, işletmeler için kar olmadan sosyal sorumluluklarla ilgili hedefler koyması mümkün değildir. İşletmelerin öncelikli olarak kar elde etmesi, sonrasında kurumsal olarak sosyal sorumluluklarına yönelmesi gerekir.
- İşletmeler uzun vadeli hedefler koymalı ve bu doğrultuda da sosyal sorumluluklarını yerine getirmelidir.

- Kurumsal sosyal sorumluluklar, işletmeden işletmeye farklılık göstermektedir. Bu farklılığa sebep olan şeyler, işletmelerin büyüklüğü, ürettiği mal ve hizmetler, pazar yapısı, rekabet ve işletmenin sosyal sorumluluk algısı gibi etkenlerdir.
- İşletmeler güçleriyle doğru orantılı olarak, kurumsal sosyal sorumluluklarına yönelebilirler.
- İşletmeler gerçekleştirebileceği kurumsal sosyal sorumluluklara yönelmelidirler.

İşletmeler, bu kriterler doğrultusunda sosyal sorumluluklarına yönelirler. İşletmelerin, mevcut durumlarına göre, sosyal sorumluluklara yönelmelerinde, belli amaçları vardır. Bu doğrultuda, kurumsal sosyal sorumluluktaki temel amaç, işletmelerin kar elde etmenin yanında, kararlar alırken çalışanlarını, müşterilerini ve hissederlerini etkileyebileceğini göz önünde bulundurarak, bir takım sorumluluklar üstlenmeleridir (Ünal, 2007). Bu doğrultuda gerçekleştirilecek olan, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, bir takım amaçları yerine getirmesi beklenmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının amaçlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Özgüç, 2009: 2);

- i. Çalışanların eğitimine, sağlığına ve iş yeri güvenliğine önem verilmesi,
- ii. Adil rekabete ve fiyatlamaya özen gösterilmesi,
- iii. Faaliyetlerin yürütüldüğü topluma katkıda bulunması,
- iv. Rüşvet ve yolsuzlukla mücadeleyi içeren davranış kodlarının geliştirilmesi,
- v. Sürdürülebilir kalkınma ile ilgili girişimlere destek verilmesi,
- vi. Çalışanlara örgütlenme özgürlüğü ve toplu sözleşme hakkının etkin bir şekilde tanınması,
- vii. İş yerinde çalışanlara eşit muamele yapılması ve fırsat eşitliği tanınması,
- viii. Doğal kaynakların ve enerjinin sorumluluk bilinciyle tüketilmesi,
- ix. Çocuk işgücünün kullanılmamasını ve zorla çalıştırma faaliyetlerinden uzak durulması,
- x. Çevreyi kirleten gazların ve atıkların azaltılması,

- xi. Faaliyetlerin biyolojik çeşitlilik üzerinde yaratabileceği olumsuz sonuçların en aza indirilmesi,
- xii. İş ortaklıklarının kurulmasında ve tedarikçilerin seçilmesinde,, söz konusu sorumlulukların önemli bir kriter olarak uygulanması amaçlanmaktadır.

1.6.Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Gelişimi

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ülkemizdeki gelişim süreci, Osmanlı İmparatorluğuna kadar dayanmaktadır. Osmanlı imparatorluğunda bu faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için çeşitli kurum ve teşkilatlar kurulmuş, Cumhuriyetin kurulmasıyla da bu faaliyetlerde devlet etkin bir rol almaya başlamıştır. Bu sebeple, ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişim sürecini, “Cumhuriyet Öncesi” ve “Cumhuriyet Sonrası Dönem” olarak ele almak daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

1.6.1.Cumhuriyet Öncesi Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, Türkiye’de ortaya çıkışı çok eskilere dayanmamaktadır. Ancak bu durum, kavramın ülkemizde çok eskilere dayanmadığı anlamına gelmemektedir. Farklı kavramlar ve isimler altında, sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çok eskiden ülkemizde gerçekleştirildiği, küçük bir araştırmanın ardından görülebilmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, ülkemizdeki gelişiminin Osmanlı İmparatorluğu dönemine dayandığını söylemek güç değildir. Osmanlı İmparatorluğunda, vakıflar aracılığıyla sosyal sorumluluklar yerine getirilmiştir (Süzen & Akın, 2016: 20). Ancak bu sosyal sorumluluklar, daha çok hayırseverlikten kaynaklı olarak ortaya çıkmaktadır. Hayırseverliğin içerisinde, dini ve vicdani olarak, fakir, engelli, zor durumdaki kişilere yardımcı olmak düşüncesi yatmaktadır. Ayrıca, islami açıdan, hayırseverliğin hem isteğe bağlı, hem de zorunlu zekât kılınmasının, bunda etkisinin büyük olduğu düşünülmektedir (Alakavuklar vd., 2009: 112-116). Bunlarla ilgili olarak, İzmir Ödemiş’te leyleklerin beslenmesi, bakım ve tedavisi için ‘‘Leylek Dostu Vakfı’’, Selanik’te kent sakinlerinin vakit geçirebilmesi için bir arsa tahsis eden ve burada kalmak için, arsanın çiçeklendirilmesi şart koşulan ‘‘Dinlenme Vakfı’’, Siirt’te kurulan, sahip olduğu dükkânların gelirlerini görme engellilerin ihtiyaçlarına harcayan ‘‘Körlere Yardım Vakfı’’ vb. gibi bir çok vakıf bulunmaktadır (HaberTürk Hayat, 2016).

Osmanlı Devletinde sosyal sorumluluk kavramı, her ne kadar hayırseverlik gibi düşünülse de, bu iki kavram arasında farklılıklar bulunmaktadır. İki kavram arasındaki farklar, şu şekildedir (Tablo 1.1) (Alakavuklar vd, 2009: 112-116);

Tablo 1.1 - Hayırseverlik Anlayışı ile Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışı Arasındaki Farklılıklar

	Hayırseverlik	KSS
Tanım	Herhangi bir amaç ve çıkar beklemeksizin iyilik yapmak ve insanlığa yardımcı olmak.	Ekonomik, çevresel, sosyal ve ahlaki konuların yönetilmesi ve işletmelerin bu konularda çıkar gruplarının beklentilerine karşı duyarlı olmasını gerektirir.
Amaç	Kurum ve/veya kişilerin kendi inançları ve değerleri doğrultusunda, zaman ve kişi ayırt etmeksizin çeşitli yardımlarda bulunmaları ve bu anlayışı teşvik etmeleri.	Şirketlerin, sürdürülebilir olabilmek için toplumun beklentilerine karşılık vermesi ve topluma karşı yükümlülüklerini yerine getirmesi.
Süreç	Normatif olarak bazı öğelere uyumludur ve şirketlerin hedeflerinden bağımsız olarak tasarlanır.	Rasyonel bir çalışma olup, proje süreci sonunda hedef sorumluluk alanları belirlenir, karar verilir, uygulanır ve raporlanır. Kurumlar için stratejik bir faaliyettir.

Kaynak: Alakavuklar, vd., 2009: 116

Yapılan açıklamalar ve Tablo 1.1’de görüldüğü üzere, Osmanlı döneminde işletmelerin kurumsal sosyal sorumlulukları, yaptıkları bağışlar ve hayırseverlik faaliyetlerinden oluşmaktaydı (Süzen ve Akın, 2016: 20). Bu faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için, “Ahiler ve Loncalar” gibi oluşumlar kurulmuştur. Bu oluşumlar, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yerine getirilmesi için ortaya çıkmışlardır (Bikmen ve Meydanoğlu, 2006: 59-81). Bu teşkilatlar, dinî, ahlaki, sosyal ve ekonomik bir nitelik taşımaktadır. Ahilikte, her mesleğe ait bir uzman ve bu uzmanın etrafında toplanan meslek sahipleri bulunmaktadır. Bu uzmanlar, meslek sahiplerine güven, doğruluk, tövbe ve hidayet gibi kurallara uyma zorunluluğu getirmektedir. Benzer şekilde, bu uzmanların da bağlı olduğu teşkilatların görev edindiği bazı ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkeler; insanları sevmek, gençliğin yaşadığı bir takım sıkıntılara çözüm aramak, eğitimi her daim ön planda tutmak, işyeri kuracaklar için işyerinin edindirilmesi ve araç gereç sağlanması, kamu hizmetlerinde devlete yardımcı olmak, iş kazaları, yaşlılık, ölüm halleri, yangın deprem gibi doğal afetlerde yardım ve destek sağlamak gibi ilkeler benimsenmiştir (Bayram, 2012: 86-87).

Yukarıda ki bahsettiklerimizden anlaşılacağı üzere, Osmanlı Devletinde doğrudan olmasada, kurumsal sosyal sorumluluğun da içine giren faaliyetler yürütülmekteydi ve bu faaliyetler çok önemli bir yer tutmaktaydı.

1.6.2.Cumhuriyet Sonrası Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Osmanlı Devletinin çökmesi ve Cumhuriyete geçiş sürecinde, kurumsal sosyal sorumluluk alanında büyük sorunlar yaşanmıştır. Cumhuriyetin kurulması sürecinde yaşanan savaşlar, ekonomik güçlükler vb. sorunların etkisiyle sıkıntılı dönemler yaşanmış, bu sıkıntılı dönemlerden sosyal sorumluluk alanları da etkilenmiş, sosyal sorumluluklarla ilgili(ahilik, vakıf vb. gibi) kuruluşlar işleyemez hale gelmiştir. Bu aksaklığı gidermek amacıyla, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde devlet etkin bir rol almaya başlamıştır (Alakavuklar vd., 2009: 117).

1924 yılında Ticaret ve Sanayi Odaları Kanunuyla, sosyal sorumlulukla ilgili olan kuruluşların Esnaf ve Sanatkâr Odaları’na dönüştürülmesi ve Vâkıflar Genel Müdürlüğü’nün kurulmasıyla, devlet, sosyal sorumluluk alanına giriş yapmıştır (Turan, 2002). Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu ilk yıllarda, ülkemizdeki şirketlerin küçük olması sebebiyle, sosyal sorumluluk alanına devletin müdahil olmasıyla gerçekleştirilen

sosyal sorumluluklar, bireysellikten çıkarak kurumsal bir yapı kazanmıştır (Süzen ve Akın, 2016: 22). Devlet, kurumsal sosyal sorumluluklarla ilgili olarak, kamu otoritelerini etkin kullanmış, yeni normlar ortaya koymuştur. Böylece, sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ilgili olan kuruluşları kendi otoritesi altında toplamıştır (Alakavuklar, vd., 2009: 103-143).

1930'lu yıllarda, sıkıntılar yaşayan sektörleri canlı ve diri tutmaya çabalayan tek aktör devlet olmuştur. Devletin, sosyal devlet olarak rol alması, sosyal sorumluluklar alanına da önem verilmesini sağlamıştır. ABD'de Büyük Buhran yaşanırken ve sosyal sorumluluklar tartışılırken, Türkiye'deki sosyal devlet anlayışı, bu tartışmaların ülkemizde yaşanmasının önüne geçmiştir (Aksoy, 2009: 17-25).

1960'lı yıllarda, Türkiye önemli bir dönüşüme girmiş, dış dünyaya açılmaya başlamış, demografik yapıda değişiklikler olmuş ve sürdürülebilir kalkınma planına geçilmiştir (Kongar, 2001; Sözen ve Shaw, 2002: 475-480). Bu değişiklikler olmadan önce de, ülkemizde sosyal sorumluluklarla ilgili olarak Berkman, Türkiye'deki işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluklardan söz edilmediği dönemlerde dahi, işletmelerin kamu hizmetlerinde(öğrenci yurdu, okul vb. gibi) bulunduğunu ifade etmiştir (Berkman, 2007: 5). Kavram ortaya çıktıktan sonra, Amerika'daki işletmelerin kurumsal sosyal sorumlulukları benimsediği gibi, ülkemizdeki işletmelerin de millete hizmet etmekten geri durmadıkları anlaşılmaktadır (Yamak, 2007: 180).

1970'li yıllarda ülkemizde yaşanan ordu müdahaleleri, yüksek enflasyon dalgalanmaları gibi etkiler, dengesiz bir ekonomik yapının oluşmasına neden olmuş, uzun vadede geleceğe dönük planlama yapmak mümkün olmamıştır. 1980'lerde ekonomiyi serbestleştirmek, ekonomide ilerlemeyi sağlamıştır. Ancak bu ilerleme, rekabeti arttırmış, işletmeler daha fazla kâr elde edebilmek için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ertelemişlerdir (Göçenoğlu ve Onan, 2008: 7). 1980'lerin sonlarına doğru, mevcut durumda değişiklikler olmaya başlamıştır. İşletmeler sanat, eğitim, kültür gibi alanlarda sosyal faaliyetlere başlamıştır. Bu da, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluklarına karşı eğiliminde bir artış olduğunu göstermektedir (Bikmen ve Meydanoğlu, 2006: 177-178).

Ülkemizde, 1990'lı yıllarda kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili akademik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Kavramın ülkemizde ortaya çıkmasında, 1990'lı yılların başında Kurumsal sosyal sorumluluk konusunun tam anlamıyla başlangıcı olarak

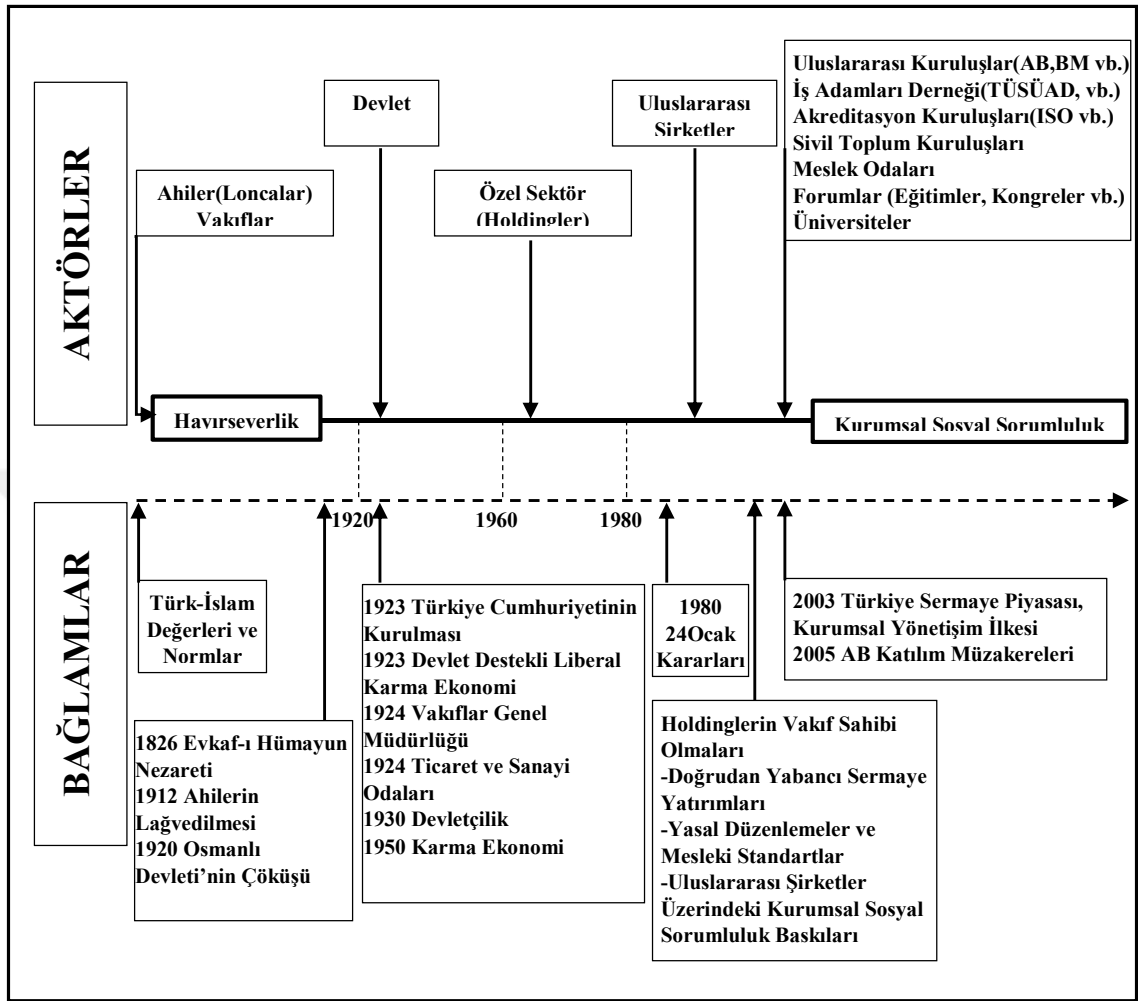
sayılan, “Türkiye Genç İş Adamları Derneği(TUGİAD)” tarafından yayımlanan iş etiği yayını ve 1975 yılında Yönetim Dergisi'sinde yayımlanan makale kabul edilmektedir (Yamak, 2007: 164). Bu dönemde, sosyal sorumluluk ve iş ahlakı konusunda çalışmalar yapıldığı ve bu kavramların belirgin bir şekilde ön plana çıkmaya başladığı görülmektedir (Arıkan, 1995: 171-175).

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili olarak, ülkemizde kurumlar için herhangi bir yasal zorunluluk olmamakla birlikte, bu durum kurumların kendi iradesine bırakılmıştır (Gürel, 2010: 112). Durum böyle olunca da, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğa yakınlık dereceleri, işletme yöneticilerinin sosyal sorumluluk yaklaşımları, eğitim durumları ve topluma karşı duyarlılıklarına bağlı olarak değişmektedir (Şencan, 1987: 121). Bunlara karşın ülkemizdeki işletmelerin, 2000'li yıllardan sonra kurumsal sosyal sorumluluklara önem verdiği görülmektedir. Bu yıldan önce yaşanan ekonomik krizler, yüksek enflasyon oranları, 1999 yılındaki büyük deprem gibi olaylar, işletmelerin sosyal sorumluluklardan uzak durmasına neden olmuştur. 2000'li yıllarda yaşanan ekonomik gelişmeler ise, işletmelerin sosyal sorumluluklara yönelmesini sağlamıştır (Öztürk vd., 2013: 10).

Ülkemizdeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk algısı, genellikle gerçekleştirilen faaliyetlerin insanlar tarafından karşılık bulması sebebiyle, toplumla ilgili çalışmalara yönelik olarak düşünülmektedir. Durum böyle olunca, ülkemizdeki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, hastane, okul, cami gibi kamusal alanlara yönelik yapılan faaliyetler şeklinde algılanmaktadır (Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, 2016: 35-36). Ancak, ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluklarla ilgili eğitimlerin verilmeye başlanması, kavramın üniversitelerde ders olarak okutulması ve gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, ülkemizde de "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği"nin kurulması, kavramın gelişmesi açısından epey yol alındığını da göstermektedir (Alakavuklar vd., 2009: 123).

Ülkemizde, Osmanlı Devletinde hayırseverlik bilinci ile başlayan sosyal sorumluluklar, batının da etkisiyle, kurumsal sosyal sorumluluk kavramını doğurmuştur. Ülkemizde bu süre zarfında yaşanan gelişmelerin, kavramın gelişme sürecini olumlu ve olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Hayırseverlik kavramından başlayarak, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışına geçiş süreci, Şekil 1.4'te gösterilmiştir;

Şekil 1.4 - Türkiye’de Hayırseverlikten Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışına Geçiş



Kaynak: Alakavuklar vd, 2009: 129

Şekil 1.4 göz önünde bulundurulduğunda, Osmanlı Devletinde sosyal sorumluluklar için, hayırseverlik amacıyla loncalar ve vakıflar aracılığıyla ihtiyacı olanlara ulaşılmaya çalışılmış, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla, devlet etkin bir rol almaya başlamış, sosyal devlet anlayışıyla ise, kurumsal sosyal sorumluluklar gerçekleştirilmiştir. 1960-80 arasında özel sektörün gelişmesiyle, işadamları ve yöneticiler devlete ve topluma destek olmak amacıyla sosyal sorumluluklara yönelmiş, 1980'den günümüze kadar ki süreçte de, vakıflar ve uluslararası şirketler stratejik hareket etmek, topluma ve devlete yardım etmek amacıyla kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütmüşler ve yürütmektedirler.

Günümüzde, her geçen gün kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri artmaktadır. Bu amaçla kurumsal sosyal sorumluluk derneği kurulmuştur. Ülkemizin sosyal sorumluluklara yönelmesini arttırmak ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişmesini sağlamak gibi amaçlarla kurulan, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, 2008 yılında Türkiye'deki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ile ilgili olarak, bir rapor yayınlamış ve değerlendirme yapmıştır. Bu değerlendirme sonucunda şunlar öne çıkmaktadır (Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, 2008);

- KSS faaliyetlerinde sponsorluk aktiviteleri ve STK'lar ile ortak yürütülen toplumsal projelere ağırlık verilmektedir.
- Şirketler, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını farklı şekillerde tanımlayıp yönetmektedirler.
- Kurumlar görece daha basit çevresel ve sosyal konulara yönelmektedir.
- Paydaşların katılımı STK'larla kurulan çeşitli ortaklıklar ve ortak projelerle sınırlı kalmaktadır.
- KSS, daha çok pazarlama ve kurumsal itibar yaratmak için bir araç olarak algılanmaktadır.
- Çok uluslu şirketler, ülkedeki KSS uygulamalarını olumlu yönde etkilemektedir.

Gün geçtikçe, ülkemizin giderek daha fazla uluslararası anlaşmalara dâhil olmasıyla, kurumsal sosyal sorumluluklarla ilgili olarak bilinç düzeyi artmaktadır (Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, 2016: 36). Bu bilinç düzeyindeki artış, hem işletmeler bazında, hem de toplum bazındadır. 2018 yılında Kapital dergisi için hazırlanan bir raporda, ülkemizin kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili düşünceleri merak edilmiş ve bu konuda bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaya katılanlar doğrultusunda elde edilen veriler şu şekildedir (Kapital Dergisi Kurumsal Sosyal Sorumluluk 2018 Raporu, 2018);

- Katılımcıların %71'i, işletmelerin kurumsal sosyal sorumlulukları olduğunu düşündüğünü belirtmiştir,
- Her iki katılımcıdan biri, iş dünyasının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden yeterince haberdar olduğunu belirtmiştir,

- 2017 yılında görüşülen katılımcılardan %40'ı, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yeterli bulduğunu belirtirken, bu rakam 2018 yılında %57'ye yükselmiştir,
- Araştırmaya katılan katılımcılar, firmaların kurumsal sosyal sorumluluk alanında sahiplenmesi gereken öncelikli konular olarak;
 - o Çevre ve doğanın korunması,
 - o Eğitim ve öğretim,
 - o Sağlık ve sağlık hizmetleri,
 - o Aile içi şiddet, kadın ve çocuk hakları,
 - o Spora destek verilmesi,
 - o Sanat ve kültürle ilgili faaliyetler,
 - o Hayır işleri yapılması,
 - o Tarihin korunmasına destek verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin iletişim araçları yoluyla topluma anlatılması gerektiğinden bahsedilmiştir.

Bu araştırmadan toplanan verilerden anlaşılacağı üzere, ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki gelişmenin, olumlu bir şekilde artış gösterdiği görülmektedir. Bu noktada kavramın gelişmesine en büyük katkıyı, 2013 yılında Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksinin kurulmasıyla yapıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. 2013 yılının ekim ayında, Borsa İstanbul ile EIRIS (Ethical Investment Research Services Limited) arasında şirketlerin ekonomik, çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim konularındaki performanslarını baz alan BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nin hesaplanması amacıyla bir iş birliği anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşmayla EIRIS, uluslararası sürdürülebilirlik kriterlerini dikkate alarak şirketleri değerlemektedir. EIRIS ile belirlenen "Endeks Seçim Kriterleri"ni geçen şirketler Borsa İstanbul tarafından hesaplanan endekse dâhil edilmektedir (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 43-44).

Yapılan açıklamak ışığında, kurumlarımızın ve işletmelerimizin, son 10 yılda kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili olarak, batıdaki gelişmelere ayak uydurmayı başardıkları, konuyla ilgili her geçen gün yeni projeler başlattıkları ve kavramın her geçen

gün daha da gelişmesine katkıda buldukları görülmektedir. Ayrıca, kurumsal sosyal sorumlulukların, işletmelerimizin saygınlığını da arttırdığı görülmüştür (Tak, 2002: 96).

1.7.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramından Beklenen Olası Faydalar

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, sosyal, çevresel ve mali yönden topluma fayda getirmeyi amaçlar. Bu faaliyetlerin temelinde, ‘toplum sayesinde ayakta kalabilen işletme, topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmeli’ düşüncesi yatmaktadır (Ünal, 2007, www.bariscanunal.com.tr(Erişim Tarihi:06.03.2019). Bu anlayış çerçevesinde, işletmelerin topluma fayda sağlamak amacıyla gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmeler için fayda sağlayıp sağlamadığı, sürekli bir tartışma ve araştırma konusu olmuştur (Öztürk vd., 2013: 22). Bu tartışmaların altında yatan neden, işletmelerin temel amaçlarının ekonomik olarak kâr elde etmek olduğu düşüncesidir. Fakat, işletmelerin ekonomik açıdan iyi olabilmelerinin temel şartı, iyi bir sosyal performansla mümkündür. Sağlam bir ekonomik performans, sosyal performansın artmasını, yine aynı şekilde, sağlam bir sosyal performans, iyi bir ekonomik performansı beraberinde getirir (Marcus, 1996: 9).

İşletmelerin, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle elde ettiği faydalar, parasal olmaktan daha çok, parasal olarak ölçülemeyecek marka imajı, itibar gibi kavramlarla ifade edilebilir. Bu faaliyetlerle, işletmeler, güven, sadakat ve bağlılık elde ederler. Elde edilen bu edinimler, işletmelere olağanüstü durumlarda(kriz, mali sıkıntılar gibi) büyük faydalar sağlar (Stephen, 2002: 18-20). Yapılan araştırmalardan da, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde, işletmelerin müşterilerini tanımakta ve onların beklentilerini anlamakta olumlu bir etki yarattığı görülmektedir. Bunun yanında, kurumsal sosyal sorumluluklar sayesinde, işletmelerde ürün kalitesinin arttığı, faaliyetlerde dürüstlük anlayışının ön planda tutulduğu fark edilmiştir (Özgen, 2006: 34). Ayrıca, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, yöneticiler, işletmeler, çalışanlar, müşteriler ve resmi kuruluşlar üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Müşteri bağlılığı, çalışan bağlılığı vb. birçok fayda sağlamaktadır (Pava ve Krausz, 1995: 1). Tüm bunların aksine, kurumsal sosyal sorumlulukları önemsemeyen, bu kapsamda faaliyette bulunmayan işletmeler, tüketiciler tarafından tercih edilmeyebilir, hatta boykotlanmayla bile karşı karşıya kalabilirler. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar, bu

tutum içinde olan işletmelerin, müşteriler tarafından boykot edildiği, mal ve hizmet alımlarını durdurdukları araştırmalarla ortaya konmuştur (Brown ve Dacin, 1997: 80).

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmelere sağladığı faydaları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Ceritoğlu, 2011: 56; Argüden, 2010; Özüpek, 2008: 281-282; Kılıç, 2017: 153);

- Müşterilerin, işletmeye güvenmesini sağlar, bağlılığını ve var olan güveni artırır,
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde, işletmelerin saygınlığı artar, böylece işletmelerin marka imajı ve değeri yükselmiş olur,
- İşletmeler için doğabilecek riskleri öngörmeyi ve bunlardan korunma imkânı sağlamasının yanında, yeni pazarlara girmeyi kolaylaştırır,
- İşletme çalışanlarının kalitesini ve işletmeye olan bağlılıklarını artırır böylece, işgücü ve iş motivasyonu artar,
- İşletmelerin mal ve hizmetlerinde ki verimliliğini ve kalitesini artırır,
- İşletmenin, finansal yapısını güçlendirir ve işletme maliyetlerini azaltır,
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem veren yatırımcılara ulaşma imkânı sağlar bunun neticesinde, işletmenin hisse değerlerinde artış olur ve borçlanma maliyetleri düşer,
- İşletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle uluslararası yatırımcıların ilgisini çekebilirler,
- Satışları artırır, böylece işletmenin karlılığına olumlu yönde etki yapar,
- İşletmelerin pazar değerlerini artırır.
- Kamuoyu ve devlet tarafından, işletmenin görüşlerinin dikkate alınmasını sağlar,
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle, daha iyi bir çevre ve iş fırsatları yaratılmış olur.

Avrupa Birliği Komisyonuna göre ise, işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin faydaları şunlardır (Garcia, vd., 2008);

- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, karlılığa direkt olarak katkıda bulunur. İş alanında yapılacak düzenlemelerle, üretim ve ürün kalitesi artar. Çevreye zarar vermekten kaçınıldığı için, yürütülen faaliyetlerin masrafları azaltır,
- İşletmelerin marka değeri ve saygınlığı artar. Sosyal sorumluluklara yönelen işletmeler toplumun gözünden kaçmaz ve böylece, işletme iyi bir marka değeri ve saygınlık elde eder,
- İşletmeler, müşteri ve çalışanlarına karşı güven ve bağlılık elde ederler,
- Bu faaliyetlerle işletmeler, devlet desteği, vergi indirimi elde ederler, bu da maliyetlerin düşmesini sağlar,
- Kurumsal sosyal sorumluluklar ve etik değerler birbirleriyle ilişkilendirilirler, bu da, işletmenin faaliyette bulunduğu toplum için dikkate alınan bir unsurdur. Bu tür faaliyetlerde bulunan işletmeler birçok fayda elde ederler.

Yukarıda bahsedilen faydaların, işletmeler için ne kadar önemli olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Ancak, işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmesi, kısa vadede kendinden ödün vermesini, hatta bazı zorluklar yaşamasına bile sebep olabilir. Fakat, her ne olursa olsun, bu faaliyetler neticesinde elde edilen kazanımlar çok büyüktür (Aktan & Börü, 2007: 13). Eskiden, amacı kar elde etmek olan işletmelerin, artık faaliyette buldukları topluma karşı sorumlulukları da bulunmaktadır (Akgül, 2010: 102).

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, toplum tarafından benimsenmesini sağlayan en önemli neden, bu faaliyetlerin toplumdaki tüm çıkar gruplarına fayda sağlamasıdır (Aktan ve Börü, 2007: 20). KSS faaliyetlerinin, işletmelere sağladığı olumlu etkilerin yanında, işletme paydaşlarına da sağladığı bir takım faydalar vardır. KSS faaliyetlerinin, işletmelerin paydaşlarına sağladığı faydalar Tablo 1.2’de gösterilmiştir;

Tablo 1.2 – KSS Faaliyetlerinin İşletme Paydaşlarına Sağladığı Faydalar

Paydaşlara Sağlayacağı Faydalar			
Kurum İçi Paydaşlara		Kurum Dışı Paydaşlara	
→Yöneticilere	-Motivasyon artışı sağlayacak insan kaynakları politikaları, -Onur ve gurur duyma,	→Müşterilere	-Satın alma sürecinde bilgi temini, -Dürüst fiyat ve kaliteli ürün,

	<ul style="list-style-type: none"> -Etik eğilimlerle, çalışanlara karşı daha çok güven duyumu, -Etik konularda daha fazla farkındalık, -Trendlere uygun hareket etme, -Yaratıcı düşünce ve uygulamaların ortaya çıkması, -Çalışanların işletme amaçlarını benimsemesi ve içselleştirmesi. 		<ul style="list-style-type: none"> -Müşteri şikâyetlerinin dikkate alınması ve çözümlenmesi, -Taleplerinin tanımlanması ve yerine getirilmesi, -Örgütle hareket edebilme.
		→Rakilere	<ul style="list-style-type: none"> -Adil rekabet, dürüst reklam, -Bilgilendirme ve kıyaslama örneği.
→Hissedarlara	<ul style="list-style-type: none"> -İşletmeyle ilgili bilgilerin açıkça paylaşılması, -Bütün firma faaliyetlerine yatırımların artması, -Sosyal performans ölçütü oluşturma, -Sosyal sorumluluk yatırım projelerine kolay fon temini, -İşletme değerindeki artış, -Sermaye teminindeki artış 	→Tedarikçilere	<ul style="list-style-type: none"> -Faaliyetlerine destek olacak tedarikçilere finansal destek, -Fiyatlandırma ve ödeme koşullarında dürüstlük.
		→Topluma	<ul style="list-style-type: none"> -Sürdürülebilirliğe olan katkı, -İnsan haklarının gelişmesi, -Kadın, çocuk işgücünün sömürülmesine engel olma, -Eğitim, sağlık ve kültür alanlarına yatırım.
→Çalışanlara	<ul style="list-style-type: none"> -Daha iyi çalışma koşulları -Etkin insan kaynakları politikaları, -Güvenli çalışma ortamı, -İşgücü ilişkilerinde daha az anlaşmazlık -İşçi standartlarında iyileşme, -İstihdam maliyetlerinde azalma, -Fırsat eşitliği ve erişim hakları, -Şirket içi iletişimin ve verimliliğin artması 	→Hükümete	<ul style="list-style-type: none"> -İstihdam oluşturma, -Kurumsal alanlara yatırım, ekonomik ve sosyal sorunlara destek verme, -Yasalara bağlılık, yolsuzlukla mücadele
		→Çevreye	<ul style="list-style-type: none"> -Çevresel teknoloji kullanımı, -Bitki örtüsünün, hayvan soyunun korunması, -Çevre kirliliğinin azaltılması, -Kültürel mirasın korunması, -Eko-verimlilik, -Daha temiz üretim süreçleri, enerji tasarrufu geri dönüşüm.

Tablo 1.2.de, kurumsal sosyal sorumlulukların, tüm paydaşlara ve işletmelere sağlayacağı faydalardan söz edilmiştir. Bu faaliyetlerin, işletmelere çıkar sağlayıp sağlamadığını değerlendirmek amacıyla, birçok çalışma yapılmıştır. Sankar ve Bhattacharya (2001) çalışmalarında, sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, tüketici tutumu üzerinde etkili olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırma da, tüketiciler, sosyal sorumluluklarıyla ilgili olumsuz görüş bildirilmiş işletmeler hakkında, olumsuz bir tutum içinde olduklarını ve bu türden işletmelerin mal ve hizmetlerini tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Benzer şekilde, Greening ve Turban (2000) çalışmalarında, kurumsal sosyal sorumluluklarının farkında olan ve bu doğrultuda faaliyetlerini yürüten işletmelerin, marka imajlarının değer kazandığı ve böylece, işletmenin tercih edilme düzeyinin arttığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, bu tür işletmelerde, çalışmak isteyen kişilerin sayısında da artış olduğu gözlenmiştir. Yine aynı konuda yapılan bir başka çalışmada Elsbach ve Kramer (1996), kurumsal sosyal sorumluluk doğrultusunda çalışma şartları sunan, adil ve eşit uygulamalar yürüten ve ücretler dışında çalışanlarına başka imkânlar sunan işletmelerin, var olan çalışanlarının işletmeye bağlılığının arttığı ve yetenekli çalışanları da işletme bünyesine katmada, bu tür uygulamaların önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Dutton ve Dukerich (1991) tarafından yürütülen bir başka çalışmada ise, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk konusunda ilgisiz olmaları ve bu tür faaliyetleri önemsememelerinin, işçilerin çalışma şartlarında ki sorunlar nedeniyle stresli oldukları, iş performanslarının düştüğü ve işten ayrılmalara neden olduğu ortaya çıkmıştır. Krikakidu ve Milward (2000) ise çalışmalarında, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, çalışanlar tarafından olumlu görülmesinin, iş tatmini, performans artışı ve çalışanların işletmeye bağlılık duyarak, işletmeyi benimseme düzeylerini arttırdığı görülmüş ve işletmenin hedefleri ile çalışanların amaçlarının bağdaştığı ortaya çıkmıştır. Bu ve bunlar gibi, son otuz yıl içinde, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmelere sağladığı faydalarla ilgili olarak çok fazla çalışma yapılmış ve yapılan 100 çalışmadan 80'ini inceleyen, Smith (2003), çalışmasında incelediği 80 çalışmanın 42'sinden olumlu sonuç elde edildiğini, 19'da herhangi bir etkisi olup olmadığıyla ilgili ilişki elde edilemediğini, 15'inde çelişkili sonuçlar ve 4 tanesinden ise, olumsuz sonuçlar elde edildiğini ifade etmiştir.

Tüm bu görüşler ve çalışmalar çerçevesinde, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, hem işletmeler, hem de işletme paydaşları için ne kadar önemli olduğu

açaktır. Bu faaliyetlerin, toplum, şirket ve çalışanlar için birçok yönde yararı bulunmaktadır. Doğru ve düzgün bir şekilde uygulanan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, katlanılan maliyetlerinin çok üzerinde maddi veya manevi kazançlar getirdiği söylenebilir (Barutcuğil, 2019).

1.8.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

Kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımları, klasik ve modern yaklaşım olarak ikiye ayrılmaktadır.

1.8.1.Klasik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Kavram, klasik yaklaşımla ele alındığında, birçok olumsuz görüş olduğu fark edilmektedir. Friedman (1970) çalışmasında; İşletmelerin, kar elde etme sürecinde topluma karşı sorumlu olduğunu, bunların dışındaki sorumlulukların, iş amaçlı ve ekonomik yükümlülüklerin zorlaması sonucunda ortaya çıktığını belirtmiştir (Friedman, 1970: 1-6). Friedman, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini, hayır ve bağış yapmak olarak tanımlamakta ve bu faaliyetlerin yapılmasına sert bir şekilde karşı çıkmaktadır. Ayrıca işletmelerin, devlete ve topluma faydalı olmak zorunda olmadıkları görüşünü savunmaktadır (Etang ve Pieczka, 2002: 161). Araştırmacı, ticari faaliyetlerde ahlakın bulunmadığını, sadece temel ahlak kurallarının benimsenmesi gerektiğini de vurgulamıştır (Karsak, 2008: 258). Buna göre, klasik yaklaşım işletmeyi temel almakta, işletme yöneticileri ve hissedarların çıkarlarını üstün tutmaktadır (Öztürk, vd., 2013: 17).

Klasik kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı, işletmelerin kurumsal amaçlar dışında sorumlulukları olmadığını ve işletmelerin tek sorumluluğunun kâr elde etmek olduğu görüşünden ortaya çıkmıştır. İşletmeler, kar elde ederek sosyal sorumluluklarını gerçekleştirmektedir. Bir işletmenin sosyal sorumluluğa yönelmesi, işletme yatırımlarının azalmasına, üreteceği mal ve hizmetlerin fiyatlarının artmasına sebep olacaktır (Aktan ve Börü, 2007: 52). Anlayışa göre işletmeler, sadece hissedarlarına karşı sorumluluklarını yerine getirmelidir, hissedarlarına hizmet edemeyen işletme topluma da hizmet edemeyecektir (Tak, 2002: 7).

Bu doğrultuda, işletmelerin hedefleri ve amaçları ekonomiktir, sosyal amaçları yerine getirmek gibi bir gayesi bulunmamaktadır. İşletmeler sadece hukuki olarak sorumludurlar. Hukuki sorumlulukların gerçekleştirilmesi, ahlaki sorumlulukların da yerine getirildiği anlamına gelmektedir (Çelik, 2007: 52).

1.8.2.Modern Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Modern kurumsal sosyal sorumluluk anlayışında, işletmeler kâr elde etmenin dışında, topluma fayda sağlamak amacıyla bir dizi faaliyetler gerçekleştirirler. Bu faaliyetler, suyu kirletmemekten, çevre dostu ürünler üretmeye, sosyal sorumluluk anlayışıyla bilinçli davranmaya, bu konuda eğitilmiş olmaya ve daha birçok konuda bir takım sorumluluklar üstlenmeye kadar birçok konuyu kapsamaktadır (Çelik, 2007: 52).

Modern kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı, işletmelerin iç ve dış çevresindeki tüm sorunları ele alması gerektiğini ifade etmektedir, çünkü işletmeler iç ve dış çevredeki gelişmelerden bağımsız olarak düşünülemezler (Thomas, 1977: 58). Modern yaklaşım çevreyi esas alır ve klasik anlayıştaki eksiklikler modern anlayışın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu anlayışta, işletmeler için en önemli unsur müşterilerdir (Coşkun, 2010: 49). Modern sosyal sorumluluk anlayışının lehinde görüş bildiren bazı düşünürler, bu anlayışla ilgili şunları ileri sürmektedirler (Kuratko, vd., 1990: 673);

- İşletme faaliyetlerinin doğru ve düzgün bir şekilde işleyebilmesi, toplum çıkarlarının göz önünde bulundurulmasıyla mümkündür.
- İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için yaptığı harcamalar, toplum tarafından telafi edilerek geri kazanılmaktadır.
- Sadece kara odaklanarak faaliyetlerini yürüten işletmeler, uzun vadeli planlamalar yapmamakta, kısa vadeli hedefleri amaçlamaktadır.
- İşletmeler toplumun birer parçası olmaları sebebiyle, toplumun standartlarına uymalı ve bu doğrultuda hareket etmelidirler.
- İşletmeler, toplum standartlarına uymaz, sosyal sorumluluklarını yerine getirmezse, devletin sürece müdahil olması ve bu standartları uygulaması olasıdır.

Modern görüş aynı zamanda, “Sosyo-Ekonomik Anlayış” olarak da kabul edilmektedir. Bu düşünceye göre, işletmeler kar elde ederken, toplumun yaşam standartları ve refahını da yükseltebilirler. İşletmeleri sosyo-ekonomik kuruluşlar olarak kabul edenler, kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili şunlara dikkat çekmektedirler (Şahin, 1996: 49);

- İşletmeler, sosyal yaşamın parçalarıdır. Bu sebeple toplumu ilgilendiren sorunlardan ve bu sorunlara çözüm bulmaktan sorumludurlar.

- İşletmelerin toplum sorunlarıyla ilgilenmesi için gereken kaynakları vardır. Bu kaynakların tamamının kullanılabilmesi için toplumun desteği gereklidir.
- Çevre, işletmeler için önemli bir unsurdur. Topluma yatırım yapan işletmeler, gelecekte bundan kar elde edecektir.
- İşletmeler isteyerek sosyal sorumluluklara yönelmezse, devlet, işletmeleri bu sorumluluklara yasal olarak zorlayabilir.

Modern anlayışa göre, sosyal sorumluluklarını gerçekleştirmesi için baskı altında kalan işletme sahipleri, ortaklar veya yöneticiler;

1. Şirketin sosyal sorumluluk konusunda bilinçli olduğu imajını yaymaya çalışmak,
2. İyi vatandaş-şirket rolü oynamak,
3. Sosyal yönden sorumlu bir şirket gibi davranmak,

gibi davranışlarda bulunabilirler (Çelik, 2007: 53). Baskı altında olan işletmeler, sosyal sorumluluklar konusunda bilinçli olduğu imajı yaratmak için deprem, sel gibi afetlere maruz kalmış insanlara giyecek, yiyecek gibi yardımlarda bulunurlar ve bunu topluma duyurmak amacıyla yaparlar. Eğitim ve çevre konularıyla ilgili kuruluşlar kurup, iyi bir şirket-vatandaş rolü oynayabilirler ve böylece sosyal olarak sorumlu bir işletme gibi davranabilirler.

“Klasik KSS Yaklaşımı” ve “Modern KSS Yaklaşımı” arasında bir takım temel farklılıklar bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda (Tablo 1.3) bu iki kavram arasındaki farklılıklar ifade edilmiştir.

Tablo 1.3 – Klasik Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Modern Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Arasındaki Temel Farklar

Klasik KSS Yaklaşımı	Modern KSS Yaklaşımı
1. İşletmeler için en önemli unsur kar elde etmektir ve bu yolda gerçekleştirilecek faaliyetlerin temel ahlak kuralları içerisinde olması yeterlidir.	1. İşletmeler için en önemli unsur müşterilerdir. Bu sebeple işletmeler, müşteri odaklı hareket etmelidirler.

2.İşletme temel alınır ve işletme yöneticileri ve hissedarların çıkarları her şeyden üstün tutulur.	2.Gerçekleştirilen tüm faaliyetler, topluma fayda sağlamak amacıyla yürütülür.
3.Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, işletme giderlerini artırır, böylece işletmenin mal ve hizmetlerinin fiyatları da artar.	3.Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, kısa dönemde işletme giderlerini artırıyor gibi görünse de, uzun dönemde bu giderler toplum tarafından telafi edilecek, hatta fazlasıyla kar olarak geri dönecektir.
4.Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, işletmeleri temel amacı kar olan faaliyetlerden uzaklaştırır ve sorunlar oluşturur.	4.İşletmelerin doğru ve düzgün bir şekilde işleyebilmesi, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine bağlıdır.
5.İşletmelerin sorumlulukları hukuki olarak sınırlıdır.	5.İşletmeler toplumun birer parçasıdır ve bu yüzden topluma karşı sorumlulukları bulunmaktadır.

Tablo 1.3'te iki kavram arasındaki temel farklılıklar ifade edilmiştir. Şüphesiz bu farklılıkların oluşmasında, iki kavram arasındaki dönemsel farklılıkların rolü büyüktür.

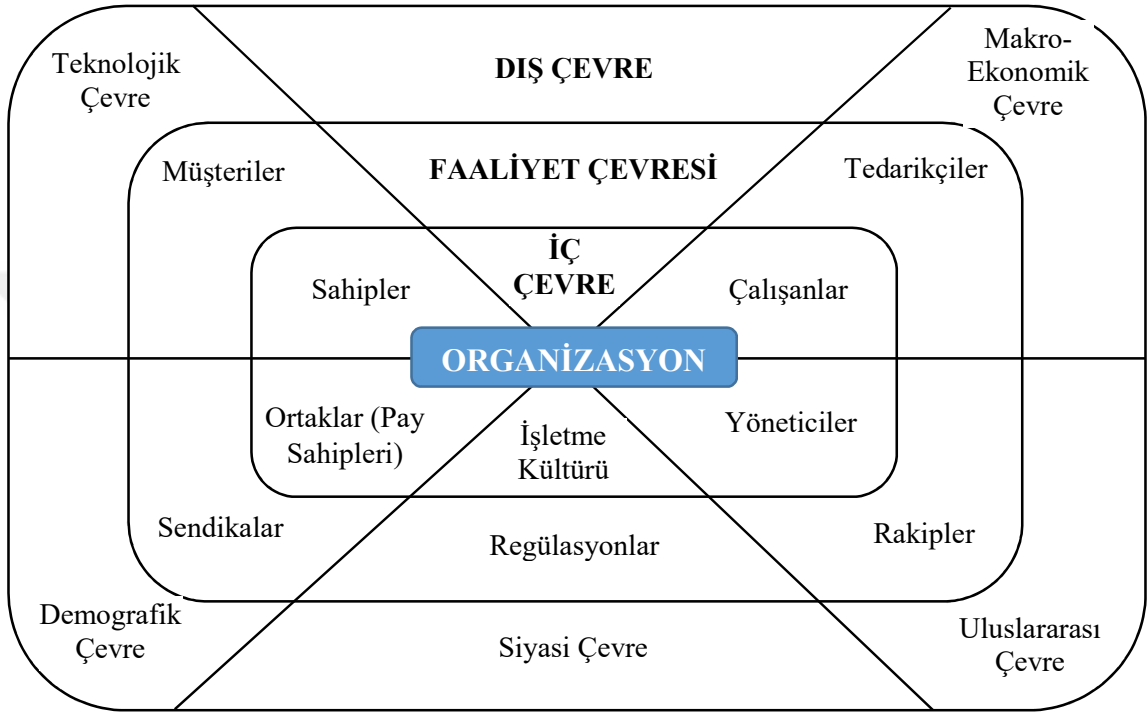
1.9. İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Alanları

İşletmelerin var olması ve varlığını devam ettirmesi için gerekli olan en önemli etken, ekonomik faktörler gibi görünse de, işletmeler faaliyetlerini yürütürken, çalışanlar, ortaklar, toplum gibi paydaş gruplarını da dikkate alarak hareket etmelidirler (Çelik, 2007: 62).

İşletmeler, yaptıkları faaliyetler sonucunda, toplumu, çevreyi, çalışanları, yatırımcıları vb. gibi çıkar gruplarını etkilemesi sebebiyle, işletmelerin, paydaşlara karşı sorumlu bir şekilde davranması gerekmektedir (Vallee, 2005: 20-46). Ancak bu gereklilik durumu, işletmelerin içerisinde bulunduğu sektör, toplum, rekabet durumu, yasal

düzenlemeler gibi birçok etkene bağlıdır (Torlak, 2001: 52). İşletmelerin sosyal sorumluluklara karşı gerekliliği, birçok paydaş grubuyla ilişki içerisinde bulunması sebebiyle ortaya çıkmaktadır (Süzen ve Akın, 2016: 26). İşletmelerin ilişki içerisinde olduğu paydaş grupları Şekil 1.5’te gösterilmiştir;

Şekil 1.5 – İşletmelerin Doğrudan ve Dolaylı İlişki İçerisinde Olduğu Çevre



Kaynak: Aktan, 1999: 41

Şekil 1.5’te görüldüğü üzere, işletmelerin paydaşlarını, işletme içi ve işletme dışı paydaşlar olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. İşletme içindeki paydaşlar, işletme sahipleri, ortaklar, yöneticiler ve işletme çalışanlarından oluşurken, işletme dışı paydaşlar ise, toplum, devlet, rakipler, tedarikçiler, müşteriler ve diğerlerinden oluşmaktadır (Aktan ve Börü, 2007: 9).

İşletmelerin yukarıda bahsedilen paydaş gruplarıyla etkileşime girmesi sonrasında, üstlenmesi gereken bir takım sorumluluklar ortaya çıkmaktadır. Bu kurumsal sosyal sorumlulukları şu şekilde özetlemek mümkündür (Diken, 1997: 471);

- Çalışanları hem maddi, hem de manevi olarak memnun ederek, motive olmalarını sağlamak,

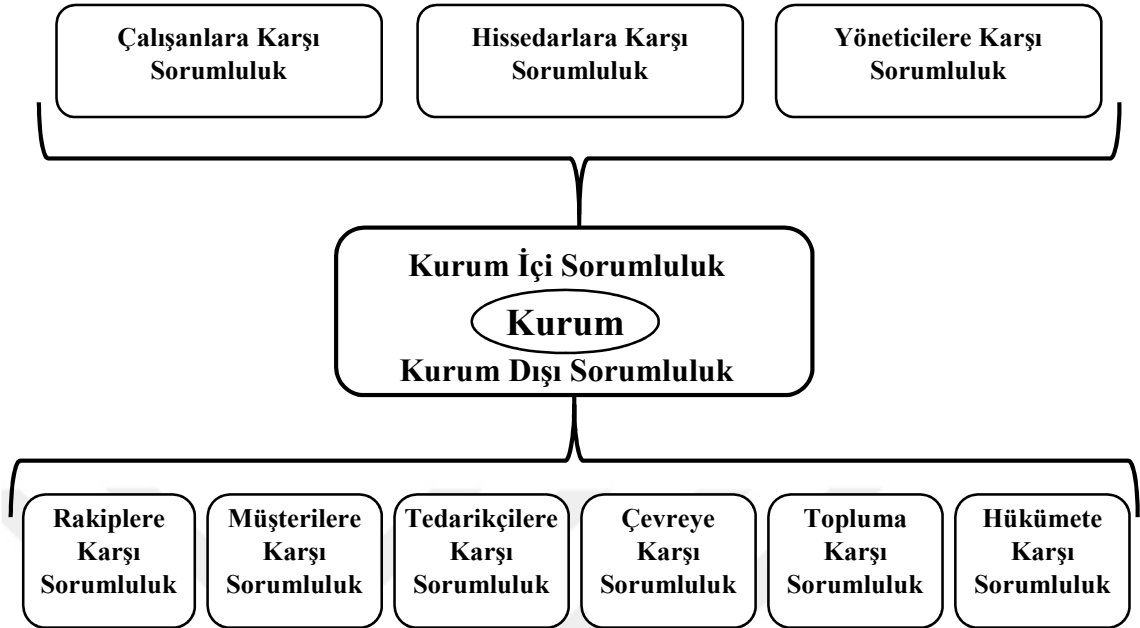
- Toplumun refahını arttıracak faaliyetler gerçekleştirmek ve bu doğrultuda çalışmak,
- Tüketicilere mal ve hizmet üretmek ve bunun yanında tüketicilerin haklarını korumak,
- İşsizlik, yokluk, vb. gibi sorunlara karşı duyarlı olmak ve bu sorunlara çözümler aramak,
- Toplumda adaleti sağlamak amacıyla, gelir dağılımında üzerine düşen görevleri yerine getirmek,
- Piyasanın normal şekilde işleyebilmesi için çaba sarf etmek,
- Doğal kaynakların doğru bir şekilde kullanılmasını ve kaynakların korunmasını sağlamak,
- Çevreye zarar verecek uygulamalardan kaçınmak, eğer böyle uygulamalar söz konusu ise, gerekli önlemleri almak,
- Kültürel ve sanatsal faaliyetleri desteklemek,
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini tek başına ulusal sınırlar içinde düşünmemek, küresel boyutta da sorumlulukları olduğunu bilmek ve sorumluluklarını yerine getirmek.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin alanları, toplumdan topluma, işletmeden işletmeye farklılıklar göstermektedir. Genel olarak bahsetmek gerekirse, işletmelerin sorumlu olduğu paydaşlar şunlardan oluşmaktadır (Aktan ve Börü, 2007: 9);

- Doğaya ve çevreye karşı sorumluluk,
- Müşterilere (tüketicilere) yönelik sorumluluk,
- Çalışanlara karşı sorumluluk,
- Topluma (Sosyal çevreye) karşı sorumluluk,
- Hissedarlara karşı sorumluluk,
- Devlete karşı sorumluluk,
- Tedarikçilere karşı sorumluluk,
- Rakiplere yönelik sorumluluk.

İşletmeler yukarıda bahsedilen sorumluluklar arasında bir denge gözetmelidirler. Bu sorumluluk alanları, işletme içi ve işletme dışı sorumluluklar olarak ikiye ayrılmaktadır. İşletmelerin iç ve dış sorumluluk alanları aşağıdaki şekilde (Şekil 1.6) gösterilmiştir;

Şekil 1.6 – KSS: Kurum İçi ve Dışı Sorumluluk Alanları



Kaynak: Aktan, 1999: 20

Şekil 1.6’da bahsedilen sorumluluklardan, çalışanlar, müşteriler ve yöneticilere karşı sorumluluklar işletme içi sorumlulukları oluştururken, çevre, devlet, müşteriler, tedarikçiler, rakipler ve topluma karşı sorumluluklar ise, işletme dışı sorumlulukları oluşturmaktadır (Aktan ve Börü, 2007: 9).

1.9.1. Doğaya ve Çevreye Karşı Sorumluluk

İşletmelerin etkileşim içinde olduğu herkese ve her şeye karşı sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumluluklar içerisinde, çevre en önemli sorumlulukların başında gelir. Çünkü işletme, bir çevrenin içerisinde faaliyetlerini yürütür ve bu çevreye zarar vermekten kaçınacak ve koruyacak faaliyetler yürütmek zorundadır (Boran, 2011: 44-48).

İşletmelerden, çevre sorumluluklarıyla ilgili olarak, temelde doğal kaynakları korumaları, çevreyi kirletmekten kaçınmaları ve yaşanabilir bir çevreye katkıda bulunmaları beklenir. Fakat günümüzde, işletmelerden bu faaliyetler dışında çevreye katkıda bulunacak faaliyetler yürütmesi de beklenmektedir. Bunların işletmelerden beklenmesindeki temel sebep, iklim değişikliği ve küresel ısınmanın hızla artmakta olmasıdır (Öztürk, 2013: 42). Günümüzde, sanayileşme, nüfus artışı, kentleşme, ekonomi

ve teknoloji gibi gelişmeler, çevre sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Tüm bunlara, tüketicilerin talepleri de eklenince, çevre sorunları artarak devam etmektedir. Su, toprak, hava kirlenmesi, gürültü kirliliği, küresel ısınma vb. gibi sorunlar da çevre sorunlarını doğurmaktadır (Öztürk, 2009: 167). Ortaya çıkan çevre sorunları sebebiyle, işletmeler, pazara sundukları ürünlerin içerikleri ve ambalajlanması gibi konuları dikkate almaya başlamışlardır. İşletmelerin bu tutumunda, müşterilerinden aldıkları taleplerin büyük etkisi vardır. Müşteriler, işletmelerden üretimin tüm aşamalarında çevreye karşı duyarlı bir şekilde hareket etmesini beklemektedir (Kleine, 1991: 39). Bu beklentiler sonucunda, günümüzde çevreyi korumak amacıyla yürütülen uygulamalar, kanuni düzenlemeler, geri dönüşüm ve enerji tasarrufu politikalarının önüne geçmiştir. İşletmeler, daha az kaynak kullanarak üretim yapmakta, atık ve zararlı gazların salınımını azaltmakta ve çevre korunmasını, daha da geliştirmek için çalışmalar yürütmektedirler (Zoroğlu, 2001: 93). İşletmelerin, yürüttükleri faaliyetler sonucunda çevreye zarar verdikleri tespit edilirse, yasal ve toplumsal duyarlılık yoluyla çalışmasının durdurulması veya yasaklar getirilmesi mümkündür (Öztürk, 2013: 42). Tüm bu sebeplerden dolayı, işletmelerin sosyal sorumluluk projelerinde, büyük önemi çevre sorunlarına verdiği görülmektedir. 1999 yılında, çevre konusunda sosyal sorumluluk projeleri yüzde 35 iken, 2002 yılında, bu projelerin yüzde 45'e çıktığı görülmektedir (Öztürk, 2009: 178).

İşletmelerin çevreye karşı duyarlılığı gün geçtikçe artmaktadır. Bu doğrultuda günümüzdeki işletmelerden, çevreye karşı şu sorumluluklar beklenmektedir (Şimşek ve Çelik, 1995: 30-33);

- Doğal kaynakları doğru ve verimli bir şekilde kullanmak,
- Sürekliliği ve devamlılığı olmayan, bir gün bitecek olan (yenilenemez kaynaklar) kaynakları korumak,
- Tüm iş faaliyetlerinde, enerji tasarrufu yapmak ve bunu özendirmek,
- Doğaya bırakıldığında çevreye zarar vermeyen, çevre dostu ürünler geliştirmek ve özendirmek,
- Üretimde, geri dönüşüme önem vermek ve geri dönüşüme müsait hammaddeler kullanmak,
- Üretimde, rüzgâr, güneş gibi enerji kaynakları kullanmak,
- Tedarikçileri bilgilendirerek, tedbirler almalarını sağlamak,

- Toplumunu, işletmelerin çevreye verdiği zararlarla ilgili bilgilendirmek ve bilinçlendirmek,
- Çevreci kuruluşların faaliyetlerini desteklemek, çevre ile ilgili raporlar düzenlemek ve çevreci projeler geliştirmek,
- Üretim sırasında ortaya çıkan, çevreye zarar vermesi olası her türlü atığı en aza indirmek ve mümkünse yok edecek tesisler kurmak.

Bu faaliyetler sayesinde çevre korunmuş olurken, işletmelerde şu faydaları elde etmiş olur (Burke ve Logsdon, 1996: 497-498);

1. Finansal performansta artış,
2. Maliyetlerde azalma,
3. Kaynakların geri kazanılması,
4. Yenilik ve yaratıcılık,
5. Kalite artışı,
6. Marka imajı.

Genel olarak, işletmelerin çevreye zarar vermemesi, çevreye zarar verebilecek uygulamalara karşı önlemler alması, işletmelerin çevreye karşı sorumluluklarını oluşturmaktadır. İşletmeler, kâr elde etmek amaçları dışında çevre ile ilgili sorumluluklarını yerine getirmeli ve bu işletmelerin ürettiği ürün ve hizmetlerin satın alınması konusunda tüketicileri özendirilmelidirler (Kelley, 1971: 2). İşletmelerin, çevreyle ilgili faaliyetler yürütmesi, bu işletmelere ekonomik amaçları dışında sosyal bir benlik de kazandıracaktır (Becan, 2011: 20).

1.9.2. Tüketicilere Karşı Sorumluluk

İşletmelerin en önem verdiği sosyal sorumluluk türüdür. Çünkü, işletmelerin temel amacı olan kâr elde etmek ve hayatını sürdürmek, bu paydaş grubu sayesinde mümkün olur. Bu sebeple, işletmelerin bu paydaş grubuna karşı olan sorumluluklarına eğilmesi, işletmeler için büyük önem taşımaktadır.

Her geçen gün biraz daha şiddetlenen rekabet şartları nedeniyle, işletmeler müşterini dikkate almak zorunda kalmış, eskiden olduğu gibi her ürettiğini alacak bir müşteri bulurum anlayışı geçerliliğini yitirmiştir. Böylece, işletmeler tüketicilerini yok saymamaktadırlar (Bayraktar, vd., 2009: 8). Başarılı olmak isteyen işletmeler, elinde bulundurduğu kaynak ve üretim imkânlarıyla, üretim yapmak ve üretim verimliliğini

arttırmayı hedeflerken, müşterilerinin taleplerine karşılık vermeli ve bu doğrultuda faaliyetler yürütmelidirler (Barney, 1991: 99-120). Bu doğrultuda, işletmelerin tüketicilere karşı sorumluluğunun, sadece kaliteli ürün ve hizmetler sunmak olduğunu söylemek, bu sorumluluğu tam olarak karşılamaz. Bu sebeple işletmeler, müşterilerinin beklentilerini karşılayarak ve isteklerini dikkate alarak hareket etmek zorundadırlar. Çünkü, tüketiciler medya ve kurdukları örgütlerle, işletmelerin kararlarına etki edebilmektedirler (Becan, 2011: 21). Tüketicilerin böylesine bir güce sahip olması, ‘‘Tüketici Hakları’’ kavramını ortaya çıkarmıştır. Ortaya çıkan bu kavram, yeni yasal düzenlemeler, meslek uzmanları ve kuruluşları da beraberinde getirmiştir. Hal böyle olunca da, işletmeler yeni üretecekleri ürünler için pazar araştırmaları yapmaya başlamışlardır (Zoroğlu, 2001: 117).

Tüketici haklarının korunması, bu sorumluluğun büyük bir kısmını oluşturur (Tenekecioğlu, 1977: 52). Bu doğrultuda, işletmelerin tüketicilere karşı sorumlulukları aşağıdaki gibidir (Yılmaz, 2016);

- Tüketicileri memnun edecek kalitede mal ve hizmetler üretmek ve bunları tüketicilere sunmak,
- Üretilen mal ve hizmetleri, tüketicilerin arzu ettiği kalite, zaman, yer ve onların ödeyebileceği, yani malın ederine en uygun şekilde fiyatlandırarak tüketicilere sunmak,
- Ürün güvenliğini temin etmek,
- Tüketicilere ürünü tanıtarak, ürün hakkında müşterileri bilgilendirmek ve bu bilgilendirmelerde (reklam vb. gibi) dürüst olmak,
- Bir hammaddenin üretim sürecine girişinden, ürün olana kadar geçen sürede kullanılan maddelerin müşterilere açıklanması, bu maddelerin tehlikesi olup olmadığı ve ürünün nasıl kullanılacağıyla ilgili açıklayıcı kılavuzlar (kullanım kılavuzu vb. gibi) hazırlamak,
- Üretilen ürünlerin tüketiciye ulaşana kadar ki süreçte, taşıma, nakliye ve muhafaza etmek gibi işlemlerde zarar görmesini engelleyecek şekilde ambalajlama yapmak,
- Tüketicilere, ürünlerle ilgili oluşabilecek sorunlarda (bozulma, yıpranma vb.), yardım, tamir ve bakım hizmetleri sunmak.

Günümüzdeki işletmeler, toplumsal ve ahlaki değerlere zarar verebilecek her türlü faaliyetten uzak durmalı, tüketiciyi satın almaya zorlamaktan, kısıtlamamaktan, yanıltıcı bilgilerle aldatmaktan kaçınmalı, mal ve hizmetlerinde kaliteyi her daim arttırarak şekilde, müşteri istekleri ve doğrultusunda hareket etmek zorundadırlar (Öztürk, 2013: 41). Çünkü, günümüzde, ekonomik faaliyetlerin temelinde tüketici tercihleri ve gereksinimleri yer almaktadır. Bu doğrultuda hareket eden işletmeler, kaynak verimliliğini arttıracak ve karını maksimize edecektir (Özgener, 2000: 184).

1.9.3. Çalışanlara Karşı Sorumluluk

İşletmeler için vazgeçilmez bir unsur olan çalışanlar, sosyal sorumluluk faaliyetlerinde öncelikli olarak ele alınması gereken paydaşlardır (Koçel, 1999: 290). Çünkü, işletmelerin çalışanlarına karşı olan sorumlulukları, ekonomik varlığını sürdürebilmesi için hayati bir önem taşımaktadır. Sürekli olarak faaliyet halinde bulunan işletmelerin aldığı veya alacağı her türlü karar, direkt olarak çalışanları etkilemektedir. Bu nedenle, işletmelerin çalışanlara karşı sorumluluklara öncelik vermesi gerekmektedir (Becan, 2011: 21).

Çalışanlar, sadece işletme için mal ve hizmet üretiminde yer alan kişiler olarak düşünülemez. Çalışanlar aynı zamanda birer tüketici oldukları için, tüketicileri yakından tanıyan birer temsilcidirler. Bu yüzden çalışanlar, işletmelerin hedefleri ve amaçlarına ulaşmasında çok büyük bir paya sahiptirler (Süzen ve Akın, 2016: 29). Tüm bu nedenlerle, daha iyi mal ve hizmet üretmek isteyen bir işletme, çalışanlarının da karar alma sürecinde aktif rol alması gerektiğini bilmelidir. Aynı zamanda bu durum, işletmelerin çalışanlarına karşı sorumluluklarından birini de oluşturmaktadır.

İşletme bünyesinde çalışanlar, bir takım haklara sahiptir. İşletmeler tarafından çalışanlara verilen haklar sadece hukuki bir gereklilik olarak düşünülemez. Bu türden sorumluluklar, ahlaki ve sosyal sorumluluğunda bir gereğidir. İşletmelerin, çalışanlarına uygun ve zamanında ücret ödemesi, sorumluluklarını yerine getirdiği anlamına gelmez. İşletmeler, çalışanları için uygun çalışma koşulları ve sosyal imkânlar da sağlamak zorundadır (Çelik, 2007: 69). Bu bağlamda, işletmelerin çalışanlarına karşı sorumlulukları aşağıdaki şekilde ifade edilebilir (Süzen ve Akın, 2016: 29-30; Öztürk vd., 2013: 39-40; Özüpek, 2005: 63-64);

- Çalışanlarına karşı adil ve dürüst ücret anlayışı benimsemek,

- Çalışanların birer birey olduğunu, bu doğrultuda özel hayata sahip olduklarını bilmek ve özel hayatın gizliliğine dikkat etmek,
- Güvenli ve sağlıklı bir çalışma ortamı temin etmek,
- Çalışanlar arasında dil, din, ırk, cinsiyet ayırmadan, kendilerini geliştirmelerine olanak tanımak, terfi etme imkânı sunmak ve cezalandırmaları açıkça belirtmek,
- İşletme faaliyetlerinde, çalışanlarında söz sahibi olmasını sağlamak, onlardan gelecek önerileri dikkate almak ve çalışanlar arası iletişime önem vermek,
- Faaliyetler neticesinde elde edilen karın, çalışanlarla paylaşılmasını sağlayan projeler yürütmek,
- Çalışanlara eğitim ve deneyim kazanma imkânı sunmak,
- Çalışanları işletme faaliyetleri ve diğer çalışanlar hakkında bilgilendirmek,
- Çalışanlarının haklarına saygılı olmak, onları baskı altına almamak ve onların grev haklarına saygı duymak,
- Çalışanlarını aşağılamamak (mobbing), taciz etmemek ve bu türden girişimlere fırsat tanımamak.

Tüm bunlardan da anlaşılacağı üzere, günümüzde işletmelerin çalışanlarını sadece maddi olarak tatmin etmesi yeterli görülmemekte, çalışanların güvenlik, sevgi ve ait olma, kendini gerçekleştirme gibi gereksinimlerinin de karşılanması gerekli görülmektedir (Özgener, 1996: 184).

Başarıya ulaşmak isteyen işletmeler, çalışanlarını araç olarak görmemeli, başarıya ulaşmanın bir gerekliliği olarak düşünmelidirler (Sabuncuoğlu, 1995: 22). Bilinmelidir ki, çalışanlarına karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmeyen işletmelerin, hızlı değişimlere uyum sağlayabilecek, rekabetin yoğun olduğu pazarlarda kendisine avantaj sağlayacak çalışanlar yetiştirmesi ve bu tür çalışanlar bulması imkânsız olacaktır.

1.9.4. Topluma (Sosyal Çevreye) Karşı Sorumluluk

İşletmelerin sorumluluklarından bir diğeri de, toplumsal ihtiyaçları ve değerleri gözeterek faaliyette bulunmaktır. Bu sebeple, işletmeler faaliyette bulunduğu topluma fayda sağlamalıdır.

İşletmeler çevrenin korunması, çalışma şartlarının iyileştirilmesi gibi, bulunulan toplumun ahlaki değerlerine uygun uygulamalar yapmalı ve bunları devletlerin zorlaması olmadan gerçekleştirmelidirler (Bone ve Kurtiz, 1999: 55). Toplum tarafından,

işletmelerden temel olarak sağlık, çevre, eğitim gibi alanlarda sosyal sorumluluk faaliyetleri yapmaları beklenirken, günümüzde, bu beklenti genişlemiş, işletmelerden kültürel etkinlikler, işsizliği azaltacak iş sahaları oluşturmak gibi beklentileri de karşılamaları talep edilmeye başlanmıştır (Süzen ve Akın, 2016: 35). İşletmelerin toplumu düşünerek yatırımlar yapması, faaliyette bulunulan toplum için büyük önem arz etmektedir. Hele ki bu toplum, gelişmemiş veya gelişmekte olan bir toplum ise, sosyal sorumluluk faaliyetleri daha da büyük öneme sahip olmaktadır. Çünkü, gelişmekte olan ülkelerde altyapı, eğitim, sermaye gibi eksiklikler vardır ve bunların işletmeler tarafından karşılanması zorunlu hale gelmektedir (Becan, 2011: 21). Bu türden ülkelerde, faaliyette bulunan işletmelerin topluma karşı üstlendiği en önemli sorumluluk, eğitim ve sağlık alanında olmaktadır. Gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelerde, eğitim ve sağlık en büyük eksikliklerdir. Bu eksiklikleri süratle giderecek adımların atılması, büyük önem taşımakta ve önemli bir sosyal sorumluluğu yerine getirmek anlamına gelmektedir. Ayrıca, bu tarz ülkelerin pazarlarının kısıtlı olması sebebiyle, işletmelerin büyümeleri güçleşmektedir. Bu nedenle, bu gibi bir ülkede faaliyette bulunan işletmeler, topluma katkı sağlayacak faaliyetler yapmalı ve bu katkı sayesinde toplumun ekonomik gelişmesine katkıda bulunmalıdırlar. Böylece, işletmeler toplumun refah düzeyi arttırmış ve bunun yanı sıra, kendi pazar payını da arttırarak, marka imajını ve müşteri potansiyelini arttırmış olurlar (Özüpek vd., 2008: 275-276). Bu doğrultuda, işletmeler topluma karşı şu sorumlulukları üstlenirler (Öztürk vd., 2013: 41-42);

- Açlık ve yetersiz beslenmeyle mücadele etmek,
- Fakirlik ve düşük gelire karşı çözümler aramak,
- Engelli veya sakat olan insanlara iş kapısı olmak,
- İşsizlik ve işsizliğin azalması için faaliyetler yürütmek,
- Nüfus artışının önüne geçmek için, toplumu bilinçlendirecek faaliyetler yürütmek,
- Toplumun eğitim, kültür ve sanatsal seviyesinin yükselmesine katkıda bulunmak ve bu amaçla faaliyetler yürütmek,
- Toplumda şiddetin ve madde bağımlılığının önlenmesine yönelik çalışmalar yapmak,
- Yaşlıların daha huzurlu bir hayat sürdürmelerini sağlamak amacıyla, bakım ve rehabilitasyon hizmetleri sağlamak,

- Çevre kirliliğine karşı önlemler almak ve toplumun bu konuda ki bilinç düzeyini arttırmak, işletmelerin topluma karşı üstlenmesi gereken bir takım kurumsal sosyal sorumluluklardır.

İşletmeler, bu gibi sosyal sorumluluklara karşı üstüne düşeni yerine getirmek için doğrudan aktif bir rol alabileceği gibi, bu sorumlulukları yerine getirmek amacıyla örgütlenmiş kuruluşlara destek olarak da sorumluluklarını yerine getirebilirler.

İşletmelerin toplum üzerindeki sorumluluklarını yerine getirmesi, işletmelere ve topluma zincirleme bir fayda sağlayacaktır. İşletmelerin, eğitim ve sağlık alanında yaptığı iyileştirmeler, toplumu geliştirecek, toplumun eğitim ve sağlık seviyesinin artmasıyla eğitilmiş iş gören artacak, böylece ekonomik kalkınma ve toplumun refah düzeyi de artmış olacaktır. Ekonominin gelişmesi ve istihdamın artmasıyla da işletmeler Pazar payını genişletecek, marka imajını arttıracak, dolayısıyla da karlılığını arttırmış olacaklardır (Bayraktaroğlu vd., 2009: 18).

Dünya çapında yapılan bir araştırmaya göre, işletme yöneticilerin %80'i, toplumu hedef alan sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmelerin hedeflerine ulaşmalarını kolaylaştırdığını, üretimi ve verimliliği arttırdığını ve maliyetlerin azalmasına katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir (Kağnıcıoğlu, 2007: 28-29).

1.9.5. Hissedarlara (Yatırımcılara) Karşı Sorumluluk

İşletmelerin en önemli kaynağı sermayeleridir. Sermayenin elde edilebilmesi için, hissedarlara ihtiyaç vardır. İşletmeye yatırım yapan hissedarlar da, bunun karşılığında işletmelerden gelir elde etmeyi bekler (Becan, 2011: 21-22).

İşletmelerin hissedar bulabilmeleri için, işletme güveni ve itibari çok önemlidir. Bu güven ve itibarın oluşabilmesi için, işletmeler sürekli olarak paydaşlarıyla iletişim halinde bulunmalı ve kamuoyuna açıkladığı finansal hesaplarının, şeffaf ve güvenilir olmasına dikkat etmelidirler. Hissedarların güvenini ve işletmelerin itibarını belirleyecek olan da budur (Theaker & Yaz (çev.), 2008: 299). Ayrıca bilinmelidir ki, işletmelerin düzenlediği finansal tablolar, sadece hissedarları değil, tüm toplumun çıkarlarını da ilgilendirmektedir (Kavak, 2011: 5).

Hissedarların, işletmelerden, sahiplik haklarının korunması, hisselerini satma, genel kurullarda oy kullanma, işletmenin devamlılığının sağlanması, topluma faydalı olma, mal ve hizmet kalitesinin arttırılması, yeni iş olanakları oluşturmak ve işletme ile

ilgili bilgi edinmek gibi beklentileri vardır. Bu uygulamalara uymayan veya uygulatmayan işletmeler, hissedarlar tarafından dava edilebilirler (Öztürk vd., 2013: 40-41, Çelik, 2007: 70). Bu bağlamda, işletmelerin, hissedarlarının beklentilerini karşılayacak, hukuka uyarak, kamuyu ve hissedarlarını güvenilir bir şekilde bilgilendirecek, finansal hesaplamalarını açıklamak gibi hissedarlara karşı sorumluluklarını yerine getirme yükümlülükleri vardır. Bu kurumsal sorumluluğa eğilen ve başarılı olan işletmelerin, finansal riskleri düşük olacağı için, yatırımcıların bu işletmelere yatırım yapması olası olacak ve işletmeye duyulan güven artacaktır (Temizel vd., 2009: 295).

1.9.6. Devlete Karşı Sorumluluk

İşletmelerin, faaliyet içerisinde buldukları ülkeye karşı bir takım sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumluluğun doğmasındaki temel neden, işletmelerin faaliyette bulunurken devletle olan ilişkisidir.

Hükümetler ve kamu kuruluşları, işletmelerden topluma fayda sağlamalarını ve vergi borçlarını ödemelerini talep eder. İşletmeler de, belirli aralıklarla, faaliyetleri sonucunda elde ettiği kazancı, belli bir oranda devlete teslim ederek, vergi yükümlülüğünü yerine getirmiş olur. Bu sorumluluk, işletmeler için yasal bir zorunluluktur (Öztürk vd., 2013: 43). İşletmelerin, devlete karşı sorumlulukları sadece yasal düzenlemelere ve kurallara uymak, vergi yükümlülüğünü yerine getirmekle de sınırlı değildir. Devletle uyum içinde faaliyette bulunmak ve desteğini esirgememek de, işletmelerin sorumlulukları içerisinde (Sarıkaya, 2008: 157). Ayrıca, işletmeler bir takım faaliyetlerde bulunacakken, devletin koyduğu yasalara dikkat ederek hareket etmekle de yükümlüdürler (Aktan ve Börü, 2007: 18).

1.9.7. Tedarikçilere Karşı Sorumluluk

İşletmelerin, ürün ve hizmet üretebilmesi için bir takım ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçlar, tedarikçiler tarafından karşılanmaktadır. Tedarikçiler, işletmelere, hammadde, kalifiye eleman, kredi ve maddi destek sağlamak gibi pek çok önemli görev üstlenirler (Aktan ve Börü, 2007: 16-17). Bunların temin edilmesi, tedarikçiler aracılığıyla gerçekleşir. Bu sebeple, işletmeler tedarikçilere sürekli olarak ihtiyaç duyarlar (Aydınalp, 2013: 15).

Bu ihtiyaç, işletmeler ve tedarikçilerin birbirlerine karşı bir takım sorumluluklar üstlenmesine neden olmaktadır. Bu sorumluluklar, iki tarafa da bazı yükümlülükler getirmektedir. Tedarikçilerin faaliyetlerini sürdürmesi, işletmelerden gelecek siparişlere bağlıyken, işletmeler de müşterilerine kaliteli, doğru, güvenilir ve zamanında ürün ve hizmetler sunabilmek için tedarikçilere ihtiyaç duyar. Bu doğrultuda, işletmelerin tedarikçilerine karşı sorumlulukları şunlardır (Öztürk, vd., 2013: 43):

- Tedarikçilerine karşı sadakatle davranmak,
- Mevcut tedarikçi, işletmenin rakipleriyle çalışıyorsa, onu çalışmamaya zorlamamak veya bu tedarikçiyle çalışmayı bırakmamak,
- Tüm tedarikçilerden gelecek fiyat tekliflerini adil bir şekilde değerlendirerek seçim yapmak ve tüm tedarikçilere karşı eşit uzaklıkta bulunmak,
- Elde edilen mal ve hizmetler neticesinde ortaya çıkan ödemeleri eksiksiz ve zamanında yapmak, işletmelerin tedarikçilerine karşı sorumlulukları arasında yer almaktadır.

Hem işletmelerin, hem de tedarikçilerin birbirine karşı sorumluluklarını yerine getirebilmeleri için, aralarındaki iletişimin sağlam ve güçlü olması gerekmektedir (Pelit vd., 2009: 23). İletişim aksaklıklarının bulunması, işletmeler için doğru, kaliteli ve zamanında mal ve hizmetlerin üretilmemesine neden olacak, bu durum işletmeye müşteri kaybettirecek, dolayısıyla kar azalacak ve işletmenin marka imajı zarar görecektir. Sürece tedarikçi açısından bakıldığında ise, müşterisi olan işletmelere, kaliteli ve zamanında ulaştırılamayan her türlü mal ve hizmet, müşteri kaybına neden olacaktır.

Tüm bunlar ışığında, tedarikçiler ve işletmelerin birbirlerine karşı bağımlı olduklarını söylemek yanlış olmayacaktır. İki tarafın birbirinin çıkar ve faydasını gözeterek hareket etmesi, dolaylı yoldan kendilerine de fayda getirecektir.

1.9.8. Rakiplere Karşı Sorumluluk

İşletmelerin, buldukları pazar yapısına göre, hem yerel, hem de küresel olarak birçok rakibi vardır. Pazar içerisinde yer alan tüm işletmeler, birbirleriyle kıyasıya bir yarış içerisinde dirler. Bu yarışta, bir işletmeyi rakiplerinden ayıracak, onu diğerlerinin üstüne çıkaracak olan, diğerlerine kıyasla yapacağı farklılıklardır.

İşletmeler, kendilerini diğer işletmelerden farklılaştıracak faaliyetler yürütürken, haksız rekabete sebebiyet verecek hareketlerde bulunmamalıdır. Haksız rekabet; "Aldatıcı hareket veya iyi niyet kurallarına aykırı sair yollarla iktisadi rekabetin her türlü kötüye kullanılmasıdır" (T.T.K.). İşletmelerin, haksız rekabet doğuracak uygulamaları şunlardan oluşmaktadır (Öztürk vd., 2013: 43);

- Rakiplerin marka imajına ve pazardaki konumlarına zarar verebilecek her türlü karalama, yalan ve gerçeği yansıtmayan kötüleme eylemlerinde bulunmak,
- Rakiplerle ilgili, önemli ve gizli belgeleri ele geçirmek ve bunların sızdırılması için çalışmalar yapmak,
- Rakiplerinin, insanlığa ve çevreye zarar verebilecek uygulamalarını görmezden gelmek ve göz yummak,
- Gizli fiyat anlaşmaları yaparak, rekabet ortamında öne geçmeye çalışmak,
- Rakiplerini pazar dışında bırakacak faaliyetlerde bulunarak, tekel oluşturmak.

İşletmelerin, bu türden faaliyetler içinde bulunmaması, rakiplerine karşı sorumlulukları arasındadır.

1.10.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili pek çok model geliştirilmiştir. Bu modellerin gelişmesindeki çıkış noktası, işletmelerin ekonomik görevleri dışında, başka görevlerinin de olduğu görüşüdür. Bu bölümde bahsedilecek modellerin bazıları, kurumsal sosyal sorumluluğu tarihsel bir süreçte ele alırken, bazılarıysa sosyal sorumluluğun alanlarını ele alarak, kurumsal sosyal sorumluluğu açıklamışlardır.

1.10.1. Dört Boyutlu (Carrol'un) Sosyal Sorumluluk Modeli

Carrol'ın kurumsal sosyal sorumluluğu, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının anlamsal karmaşasına çözüm olmuş, tüm farklı tanımları içerisinde barındıran bir model olarak ortaya çıkmıştır(Nizamieva, 2001: 21). Kurumsal sosyal sorumluluk tartışmalarına son vermesi nedeniyle, bu model literatürde önemli bir yer tutmaktadır (Öcal, 2007: 64).

Carroll (1991), kurumsal sosyal sorumluluğu 4 temel unsur üzerine kurmuştur. Bu unsurlar şunlardan oluşmaktadır;

1. Ekonomik Sosyal Sorumluluk
2. Hukuki Sosyal Sorumluluk
3. Etik (Ahlaki) Sosyal Sorumluluk

4. Gönüllü Sosyal Sorumluluk

Yukarıda bahsi geçen dört temel sorumluluk unsuruyla, toplum bir takım sosyal beklentiler içerisine girmektedir. Toplumun bu beklentileri sonucunda da, işletmelerden bir takım davranışlar da bulunmaları beklenmektedir. Bu beklentiler ve davranışlar aşağıda (Tablo 1.4) gösterilmiştir;

Tablo 1.4 – Sosyal Sorumluluk Kategorileri

Sosyal Sorumluluk Kategorileri	Sosyal Beklenti	Beklentinin Sonucunda Ortaya Çıkacak Davranış
1.Ekonomik Sorumluluklar	Toplum bir zorunluluk olarak görür.	Karlı olma
2.Yasal Sorumluluklar	Toplum bir zorunluluk olarak görür.	Yasalara uyma
3.Ahlaki Sorumluluklar	Toplum tarafından beklenir.	Etik Davranma
4.Gönüllü Sorumluluklar	Toplum tarafından yapılması arzu edilir.	İyi bir vatandaş olma

Kaynak: Tak, 2009: 133

Carroll'ın modelinde bahsedilen bu sorumlulukların, eşit ağırlığa sahip olduğu söylenemez. Modelde yer alan sorumluluklar, öncelik sırasına göre sıralanmıştır (Nizamieva, 2001: 25). Ekonomik sorumlulukla başlayan model, gönüllü sorumlulukla biter. Burada baştan sona doğru sorumlulukların öneminin azaldığı görülmektedir (Tak, 2009: 133). Ayrıca, ekonomik sorumluluklardan gönüllü sorumluluklara doğru gidildikçe, işletme için fayda yaratmanın yanında, toplum için fayda yaratmanın önemi belirginleşmeye başlamaktadır. Carroll, modeldeki tüm sorumlulukların birbiriyle uyumlu bir şekilde yerine getirilmesi gerektiğini ve işletmelerin karını yasal sınırlar içerisinde, ahlaklı ve sosyal bir birey olarak artırmaları gerektiğini söylemiştir (Carroll, 1991: 44-45). İşletmelerin varlığını sürdürebilmesi için, ilk olarak ekonomik sorumluluklarına yönelmeleri beklenmektedir. Ekonomik sorumluluğu, hukuki kurallara ve yasalara uyma sorumluluğu takip eder, ardından toplumun ahlaki kuralları ve normları, kurumsal sorumluluklara eklenir ve son olarak, işletmelerin kendi istekleri doğrultusunda yaptıkları gönüllü sorumluluklar modelde yer alır.

1.10.1.1.Ekonomik Sorumluluk

İşletmelerin hayatını sürdürebilmesi için gerekli olarak görülen kârlılık anlayışına dayanmaktadır. İşletmelerin mal ve hizmet üretebilmesi için, kaynaklarını nasıl kullandığıyla ilgilidir (Özgener, 2000: 157). Ekonomik sorumluluk, Milton Friedman'ın savunduğu kâr maksimizasyonu görüşünü benimsemektedir. İşletmelerin kârlı faaliyetler gerçekleştirmesi ve karını maksimize etmesi gerekmektedir (Göksu, 2006: 35). Carroll, işletmelerin ilk sorumluluğunun kâr elde etmek olduğunu ve işletmelerin olası en iyi karlılığa ulaşması gerektiğini savunmaktadır. Çünkü, işletmelerin rekabet edebilmesi ve faaliyetlerini sürdürebilmesinin ilk şartı, kârlı olmaktan geçmektedir. Kâr elde eden işletmeler, toplumun vatandaşlarına mal ve hizmet sağlarlar. İşletmeler üstlendikleri bu rolle, ekonomiye katkıda bulunarak, ilk sosyal sorumluluğunu yerine getirmiş olurlar (Carroll A. B., 1991: 40). Ayrıca, işletmeler ekonomik sorumluluklarını yerine getirerek, varlığını da sürdürmüş olur (Öztürk vd., 2013: 18). Tüm bunlar ışığında, işletmelerin ekonomik sorumlulukları şunlardan oluşmaktadır (Carroll A. B., 1991: 40);

- Yatırımcıların kârını sürekli olarak arttıracak faaliyetlerde bulunmak,
- Mümkün olduğu kadar kâr elde etmek,
- Güçlü bir rekabetçi pozisyon elde etmek ve bu durumu korumak,
- Yüksek bir iş verimliliği elde etmek
- Başarılı bir firmayı, sürekli olarak kâr elde eden işletme olarak tanımlamak.

Tüm bunlarda anlaşılması gereken şudur ki; işletmelerin verimli, kârlı ve toplumun ihtiyaçları doğrultusunda hareket etmeleri gerekmektedir (Aupperle, vd., 1985: 446-463- 499-500).

1.10.1.2.Hukuki Sorumluluk

Bir toplumun vatandaşları, işletmelerden, ekonomik hedeflerine ulaşmak için çalışmalarının yanı sıra, hukuki açıdan da uygun faaliyetler yürütmelerini beklemektedir (Özalp vd., 2008: 73). Hal böyleyken, işletmelerin ekonomik sorumluluklarından sonra, hukuki sorumlulukları da önemli hale gelmektedir. Bu sorumluluk, işletmelerin içerisinde bulunduğu toplumun kanunları ve düzenlemeleri doğrultusunda faaliyetlerini yürütmesi gerektiğini belirtir (Boone ve Kurtiz, 1999: 78). İşletmeler, kanunlara ve yasalara uyarak toplum refahını arttıırırlar. Örnek verecek olursak, çevre kanunları, tüm canlıların üzerinde yaşadığı çevrenin korunmasını amaçlamaktadır. Bunu göz önünde bulundurarak hareket eden işletmeler, hukuki sorumluluklarını yerine getirmiş olurlar. Bu, işletmeler

için gönüllü bir eylem değil, hukuki bir sorumluluktur (Öztürk vd., 2013: 18). Ayrıca bilinmelidir ki, Carroll modelinde, işletmelerin sorumluluklarını 4'e ayırmış olsa da, modelde bahsedilen tüm sorumlulukların, hukuki sorumluluğun süzgecinden geçerek uygulanması gerekmektedir (Öcal, 2007: 64).

Carroll'a göre, işletmelerin hukuki sorumlulukları şunlardır (Carroll A. B., 1991: 40);

- Hükümetin ve hukukun beklentilerini sürekli bir şekilde karşılayacak faaliyetlerde bulunmak,
- Çeşitli devlet, eyalet ve yerel düzenlemelere uymak,
- Yasalara ve kanunlara uyan kurumsal bir vatandaş olmak,
- Başarılı bir işletmeyi, yasal yükümlülüklerini yerine getiren işletme olarak tanımlamak,
- Asgari yasal gereksinimleri karşılayacak mal ve hizmetler üretmek.

Özetle, işletmelerin hukuki sorumlulukları, toplumun işletmelerden talep ettiği ve işletmelerin uymakla yükümlü olduğu her türlü düzenlemedir (Özgener, 2000: 160). Bu düzenlemelerle, devletler, işletmelerin uyması gereken kuralları belirler, böylece hükümetler, işletmeler üzerindeki kontrolü elinde tutar (Özüpek, 2008: 78) ve bu düzenlemelere uymayan işletmeler olursa, yaptırım gücünü elinde bulundururlar.

1.10.1.3.Etik (Ahlaki) Sorumluluk

Toplumsal yaşamı düzenleyen ilk kurallar bütününe hukuk oluştururken, toplum içerisinde uyulması gereken ikincil kurallar bütününe oluşturan, yazılı olmayan ahlaki kurallar da bulunmaktadır. Bu kurallar, bireyselliği ifade etmezler ve toplumun bir parçasını oluştururlar (Oktay, 1996: 9). Bu sorumlulukla, işletmelerin ahlaki değerleri göz önünde bulundurarak, ulaşılmak istenen hedeflere ulaşması gerektiği vurgulanmaktadır. Temelde, bu şekilde faaliyette bulunan işletmeleri ödüllendirmek anlayışı yatmaktadır (Carroll, 1991: 41). Alışverişe taraf olanların birbirlerini aldatmaması, hukuki kurallar ve anlaşmalara uyması, zor durumları fırsat bilerek daha fazla fayda ve yarar sağlamaya çalışmamak, mal ve hizmetlerin tanıtılmasında aldattıcı unsurlara yer vermemek, satılan mal ve hizmetin eksiklerinin gizlenmemesi gibi durumlar, ahlaki sorumluluğu açıklayan, sadece birkaç örnektir (Dinçer ve Fidan, 1996: 37).

Tüm bu bahsedilenlerin ışığında, Carroll, ahlaki sorumluluğunun farkında olan işletmelerin, benimsemesi gerektiği davranışları şu şekilde sıralamıştır (Carroll, 1991: 41);

- Sosyal adetler ve etik kurallarla, sürekli bir şekilde faaliyetlerini sürdürmek,
- Toplum tarafından benimsenmiş veya yeni benimsenen etik/ahlaki kurallara saygı duymak ve uymak,
- Kurumsal hedeflere ulaşmak için, kabul edilmiş ahlaki değerlerden vazgeçmemek,
- İyi bir kurumsal vatandaşın ahlaki veya etik olarak ne beklediğini tanımlayabilmek,
- Kurumsal bütünlük ve etik davranışların, yasalar ve düzenlemelerin ötesine geçtiğini bilmek.

Görüldüğü üzere, bu sorumluluğun sınırlarını belirlemek oldukça zordur. Bunun sebebi, bu kuralların yazılı ve yasal olarak açıklanmamış oluşudur (Nizamieva, 2001: 22-23). Bu açıdan bakıldığında, işletmelerden ahlaki kurallara uymasını sadece müşteriler, rakipler, toplumun üyeleri ve hükümetler beklemez, işletme çalışanları, yöneticiler ve hatta işletme sahipleri bile, işletmelerinin ahlaki kurallara uymasını bekleyebilirler (Yumuşak, 1999: 13).

1.10.1.4.Gönüllü Sosyal Sorumluluk

Carroll'ın modelinin son halkasını oluşturan, gönüllü sosyal sorumluluklar, işletmelerin gönüllü olarak yaptıkları faaliyetlerden oluşmaktadır. Gönüllü sorumluluklar, işletmelerin isteyerek üstlendiği, zorlama olmadan toplumun refahını arttırmak amacıyla gerçekleştirdiği faaliyetlerdir (Lantos, 2002: 206). Burada işletmelere zorlama yapılmaması, işletmelerin istekleri doğrultusunda faaliyette bulunmaları önem teşkil etmektedir. İşletmelerin bu türden faaliyetleriyle, topluma fayda sağlanmış ve eksiklikler bir nebze olsa giderilmiş olur (Carroll, 1991: 41-42). İşletmelerin, eğitime, sağlığa, yaşlı ve yardıma muhtaç insanlara yardımda bulunması gibi faaliyetler, gönüllü sosyal sorumluluklardan sadece birkaçıdır. Toplum, işletmelerin gönüllü sosyal sorumluluklara uyan faaliyetler yapmasını bekler, fakat bu türden faaliyetlerde bulunmayan işletmeleri ahlak dışı işletmeler olarak adlandırmazlar (Özüpek, 2005: 80). Bu noktada, akla şu soru gelmektedir; “İşletmeler zorunda olmadıkları sorumlulukları neden üstlenmek isterler?”. İşletmeler bu türden faaliyetleri yapmaya zorlanmaz, fakat bu tür gönüllü sorumluluklar üstlenerek toplumunun ve devletin yükünü hafifletir, aynı zamanda marka imajı ve tüketiciler nezdinde itibar kazanırlar. Carroll, gönüllü sosyal

sorumluluklara yönelik işletmelerin, dikkat etmesi gerektiği unsurları şöyle sıralamıştır (Carroll, 1991: 41-42);

- Toplumun yardım ve hayırseverlik beklentilerini tutarlı bir şekilde gerçekleştirecek faaliyetler yürütmek,
- Güzel sanatlara ve sanatsal faaliyetlere destek olmak,
- Yöneticiler ve çalışanların kendi toplumları içerisinde gönüllü ve yardımseverlik uygulamalarına katılmalarını desteklemek,
- Kamu ve özel eğitim kurumlarına yardım sağlamak,
- Bir toplumun yaşam kalitesini arttıracak olan projelere gönüllü olmak ve destek vermek.

İşletmeler, bahsedilen bu unsurları dikkate alarak, toplum tarafından fark edilirliliğini arttırlrlar, faaliyette buldukları topluma fayda sağrlar ve gönüllü sorumluluklarla marka imajlarına katkı yaprlar. Böylece işletmeler, varlığını devam ettirecek karlılığa ulaşırlar ve karlılıklarını arttırlrlar.

1.10.2. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli

Bu model, Keith Davis tarafından geliştirilmiş olup, Davis, işletmelerin kendi faydasının yanında, toplumunun faydasını da gözetmek için, ne tür uygulamalar yapmaları gerektiğini ve bu uygulamalar için nasıl bir işleyişe sahip olunması gerektiğini açıklamaya çalışmıştır (Certo, 1997: 3-4).

Davis, işletmelerin yapacağı sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, uzun vadede ekonomik getirisi olacağını öngörmüştür. Bu ekonomik getirinin yanında, işletmelerin gücü, toplumu sayesinde var olur ve bu düşünceye sahip olmayan işletmeler, toplumu tarafından güç elde edemeyeceği için hayatlarını devam ettiremezler (Öztürk vd., 2013: 20). Davis'in kurumsal sosyal sorumluluk modeli, beş varsayıma dayanmaktadır. Bu varsayımlar şunlardan oluşmaktadır (Özgener, 2000: 199-200);

Varsayım 1: Sosyal sorumluluk, sosyal güçten kaynaklanır: Bu varsayım, işletmelerin istihdam, çevre kirliliği gibi sorunlar üzerinde önemli bir etkiye ve güce sahip oldukları görüşünden ortaya çıkmıştır. Davis, bu tür yaşanabilecek sorunlardan, işletmelerin sorumlu tutulmaları gerektiğini söyler. Çünkü işletmeler, yaşanan sorunlarda doğrudan güç sahibidir. İşletmelerin toplumdan aldıkları bu güçle ilgili olarak, Davis ve Robert Blomstrom "Sorumluluğun Demir Kanunu" ileri sürmüşler ve uzun dönemde toplumu

için sorumlu olduğunu düşünmeyerek bu gücü kullanan işletmelerin, bu gücü kaybedeceklerini söylemişlerdir (McGee, 1992:143).

Varsayım 2: *İşletme, toplumdan girdi almaya açık olan ve toplumla ilişkili faaliyetlere yönelik açık bilgi veren, iki uçlu, bir açık sistem olarak faaliyet göstermektedir:* Bu varsayıma göre, toplumun refahının artması ve toplumun gelişmesi için, toplum tarafından talep edilen gerekliliklere açık olunmalı ve onlar dinlenmelidir. Aynı şekilde, toplumda, sosyal sorumluluklarına yönelen işletmelerin raporlarını dikkate almalıdır. Çünkü Davis, bir toplumun refah düzeyini arttırmanın ve toplumu geliştirmenin, işletme ve toplum arasında sürekli ve güvenilir bir iletişimden geçtiğini söylemektedir.

Varsayım 3: *Kurum, bir faaliyet, ürün ya da hizmetin sosyal maliyet ve kazançlarını her yönüyle hesaplayarak, bu faaliyetin kendisini ileri götürüp götürmeyeceğine karar vermelidir:* Bu varsayım, işletmelerin karar alma sürecinde, birçok etkenin rol oynadığını, sadece teknik uygunluk ve ekonomik karlılığa bakılarak karar verilemeyeceğini ileri sürer. İşletmeler amaçları doğrultusunda ilerlerken, bütün işletme faaliyetlerinde uzun ve kısa vadeli sosyal sonuçları da düşünmelidir.

Varsayım 4: *Her bir faaliyet, ürün veya hizmet ile ilişkili olan sosyal maliyetler dolaylı olarak müşterilere yansıtılmalıdır:* Bu varsayım, işletmeler için ekonomik olarak gider oluşturan, fakat topluma katkı yapan faaliyetlerin tamamen işletme tarafından karşılanmasının beklenemeyeceğini açıklar. İşletme için topluma katkı yapan faaliyetlerin maliyetlerinin, dolaylı olarak işletmenin ürettiği mal ve hizmetlere yansıtılması gerekmektedir.

Varsayım 5: *Vatandaş olarak kurumların, normal alanları dışında kalan sosyal sorunlarla ilgilenme sorumluluğu bulunmaktadır:* Beşinci ve son varsayım, bir işletmeyle direkt olarak ilişkisi olmayan sosyal bir sorunun çözümünde, işletme bu sorunu çözüme kavuşturabilecek bir personele sahip ise, bu sorunun çözümünde işletmelerin topluma yardımcı olması gerektiğini savunur. Davis, gelişmesi için katkıda bulunulan bir toplumun, işletmenin karını arttıracağını, bu yüzden işletmelerin toplumu geliştirecek faaliyetlerde sorumluluk alması gerektiğini söyler.

1.10.3. Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli

Bu model R.D. Hay, E.R. Gray ve J.E. Gates tarafından geliştirilmiştir. Model temel olarak 3 bileşenden oluşmaktadır.

1.Bileşen: işletmelerin kendi bünyesindeki iç çevresi, sosyal çevresi ve ara çevreyle olan etkileşimi sonucu ortaya çıkan sosyal sorunlarının bilincinde olması durumudur.

İşletmenin iç çevresi olarak bahsedilen, işletmeyi var eden araç, gereç, donanım ve çalışanların hem kendi içlerinde, hem de birbirleriyle olan iletişimleri dikkate alınarak işleyen, koordine bir bütünlük oluşturmalarıdır. Bu bütünlük, işletmenin hedefleri doğrultusunda planlanan bir yapı içerisinde, bölümler ve kişiler arasındaki ilişkilerin çıkar elde etmeye dayanmadan, karşılıklı sorumluluklar üstlenmeye bel bağlar (Bayrak, 2001: 121-122).

İşletmenin sosyal çevresi ise, işletmelerin faaliyette bulunduğu sosyal çevresi içerisinde yaşanan gelişmeleri takip etmesi, bu takip ve gözlemler neticesinde, olası tahminler yürüterek dış çevreyi direkt olarak etkileyen unsurlar için tedbirler ve düzenlemeler yapması anlamına gelir (Bucholz, 1985: 2).

Ara çevreyle anlatılan ise; etnik ve dini grupların yeri, işletme-sendika ilişkisi ve aynı topluluk içerisinde bulunan işletmeler arasındaki ilişkilerin düzenlediği çevredir (Weidenbaum, 1986: 3).

2.Bileşen: Birinci unsurda ortaya çıkan sorunların çözüm aşamasında, işletme yönetimi olarak, aktif rol alınması gerekliliğinin farkında olunmasıdır (Bayrak, 2001: 121-122).

3.Bileşen: Yaşanan sorunların çözümünde, işletme yönetiminin tüm kaynakları kullanmaya kararlı ve istekli olmasıdır. Modelin geliştirilmesine katkıda bulunanların yaklaşımı, "bilinçlilik, farkındalık, kararlılık ve istek" olarak özetlenebilir (Bayrak, 2001: 121-122).

Bu yaklaşımın genel olarak yaptığı vurgu; işletmelerin, modelde bahsedilen üç çevre unsuruyla sürekli olarak ilişki içerisinde bulunması sebebiyle, bu üç çevrede yaşanan değişimler ve oluşan etkilerde payının olduğu konusunda bilinçli olması ve bunların düzeltilmesi konusunda istekli olarak rol almasının, işletmenin amaçlarına fayda getireceğini vurgulamaktır (Özüpek, 2005: 85).

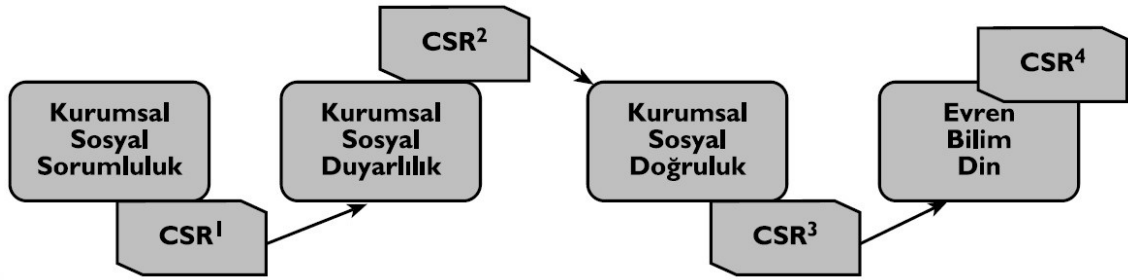
1.10.4. Frederick'in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli

Bu model, 1990'lı yılların sonuna doğru William C. Frederick tarafından geliştirilmiştir. Frederick'e göre; "Kurumsal sosyal sorumluluk, işadamlarının halkın beklentilerini karşılayan bir ekonomik sistemin işleyişini denetlemesi gerektiği" anlamına geldiğini belirtmiştir. Ekonominin üretim araçlarının, toplumun gelişmesine ve

refahını arttıracak bir şekilde kullanılması gerektiğini vurgulamaktadır (Öztürk, 2013: 19).

Modeli genel anlamıyla Şekil 1.7 ile ifade etmek mümkündür (Ceritoğlu, 2011: 40-42, Öztürk vd., 2013: 19-20);

Şekil 1.7 - Frederick'in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli



Kaynak: Ceritoğlu, 2011: 41

CSR1, işletmelerin toplumu için var olduğunu ve faaliyetlerini gerçekleştirirken topluma fayda sağlayarak, toplumun gelişmesine katkıda bulunulması gerektiğini ifade eder. Kavramın felsefik bir yanı da vardır ki, bu da kavramı belirsizliğe sevk eder. Bu durum, belirsizliği olan bir kavramın, işletmeler tarafından uygulanmasını da güçleştirir. İşletmeler, ekonomik taleplerin ötesinde, faaliyetlerden etkilenen hedef kitlenin istek ve arzularını dikkate alarak sosyal sorumluluklarına eğilmelidir.

CSR2, işletmelerin toplum ile etkileşimine, yöneticilerin açısından bakan bir kavramdır. Bu kavram, işletmelerin toplumsal zorlamalara nasıl tepki verdiğini tanımlamaktadır.

CSR3, işletme kararları ile iş ahlakının birbiriyle uyumlu olması gerektiğini ifade eder. İyileştirilen faaliyetlerde ve benimsenen politikalarda, ahlaki ilkelerin dikkate alınması gerektiğine vurgu yapar.

Son yaklaşım olan CSR4 ise, işletmeyi gözetten bir duruş yerine, kurumsal sosyal sorumluluk kavramını, çevre, bilim ve din kavramları açısından ele alır. İşletmelerin, dünya ve toplumdaki yerlerinin doğru bir şekilde saptanabilmesi için, bilimden yola çıkılması gerektiğine ifade eder.

1.10.5. Sosyal Performans Modeli

Bu model, sosyal açıdan toplumunun farkında olan ve toplumuna karşı duyarlı faaliyetler yürüten işletmelerin, sosyal performansı dikkate alacaklarını varsaymaktadır. Burada sosyal performanstan kastedilen, sosyal açıdan toplumun sürekli olarak

değişmekte olan beklentilerini analiz etmek, elde edilenler neticesinde, toplumsal sorunlara çözüm yolları aramaktır (Stoner, 1989: 114).

Modelde, sosyal sorumluluk üç ayrı aşamada, hedef, strateji ve uygulama açısından ele alınmıştır;

1. **Aşama:** Modelin ilk aşamasında, kurumsal sosyal sorumluluğun tanımı yapılmıştır. Yapılan tanıma göre, toplumun işletmelerden beklediği her şey, işletmelerin sosyal sorumluluk alanına girmektedir. Gelişen iş hayatı, beraberinde yeni sorumluluklar getirmiş, bu da işletmelerin faaliyetlerinde sadece kendi faydalarını değil, toplumun faydalarını da gözetmeleri gerektiğini ortaya çıkarmıştır. İşletmeler, sosyal sorumluluklarını elden bırakmadan, ürün ve hizmetlerini oluştururken, bu sorumluluklarının bilincinde kararlar almalıdırlar (Eren, 1987: 70).
2. **Aşama:** Modelin ikinci aşaması, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının uygulama alanlarının belirlenmesi ile ilgilidir. İşletmelerin ekonomik kaynaklarının etkin kullanılmasından, üretilen mal ve hizmetlerin kalitesine, iş etiğinden, ücret politikasına kadar birçok konu, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk alanına girmektedir (Özüpek, 2005: 86).
3. **Aşama:** Modelin üçüncü ve son aşaması, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerinin belirlenmesiyle ilgilidir. İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk stratejileri belirlerken, yaşanabilecek sorunlara da nasıl çözümler getireceklerinin planını yapmış olurlar. Sosyal konularda bilinçli olan işletmelerin, sorunları önceden görerek, bu sorunları önleyecek stratejiler belirlemesi, geleceğe dönük stratejiler belirlediklerini gösterir (Bayrak, 2001:127).

1.10.6. Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli

Robert W. Ackerman, işletmelerin sosyal konulara eğilmesinin temel sebebinin, sorumluluk değil, duyarlılık olması gerektiğini söyleyen ilk düşünürlerdendir. Ackerman, işletmelerin toplumsal problemlere tepki göstermede üç aşamadan geçtiklerini ifade etmiştir ve bu sorunlara, işletmelerin nasıl tepki verdikleriyle ilgili açıklamalarda bulunmuştur (Stoner ve Freeman, 1989: 113).

Arckerman, sosyal sorumlulukla ilgili üç aşamadan söz etmiştir. Bu aşamalar Tablo 1.5'de ifade edilmiştir;

Tablo 1.5 – Ackerman’ın Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli

ÖRGÜTSEL DÜZEY	AŞAMA I	AŞAMA II	AŞAMA III
Üst Yönetim	<p>Sorun: İşletmenin yükümlülüğü</p> <p>Eylem: Politikayı yazmak ve iletmek</p> <p>Sonuç: Zenginleştirilmiş amaç, artan uyanıklık</p>	<p>→Bilgi sağlamak.</p> <p>→Uzman personeli toplamak</p>	<p>→Örgütsel bağlılığı sağlamak</p> <p>→Performans beklentilerini değiştirmek</p>
Uzman Personel		<p>Sorun: Teknik Sorun</p> <p>Eylem: Veri sistemi, tasarım ve çevreyi yorumlama.</p> <p>Sonuç: Teknik ve bilgiyle ilgili esas</p>	<p>→Faaliyet gösteren birimlerin tepki göstermesini teşvik etmek</p> <p>→Performans ölçülmesinde veri sistemini uygulamak</p>
Bölüm Yönetimi			<p>Sorun: Yönetim sorunu</p> <p>Eylem: Kaynakları işler hale getirmek ve prosedürleri değiştirmek</p> <p>Sonuç: Artan duyarlılık</p>

Kaynak: Stoner ve Freeman, 1989: 112

1.Aşama: İşletmenin üst düzey yöneticileri, mevcut problemi öğrenerek, problemle ilgili işletme politikasının yazılı ve sözlü raporunu sunarak bilgi verir.

2.Aşama: İşletme, mevcut sorunun incelenmesi ve çözüme kavuşturulmasını sağlayacak önerileri sunması için uzman bir personel çalıştırır. Bu aşamaya kadar, işletme niyetini ve planlamalarını açıklamaz.

3.Aşama: Uygulama aşamasıdır. İşletme, sorunun çözüme kavuşturulması için harekete geçer. İşletme politikası ve faaliyetler bütünleşir. Sorunun çözümünde ortaya çıkabilecek direnmeler ve baskılar bastırılmaya çalışılır.



İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK MUHASEBESİ, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLAMASI VE KÜRESEL RAPORLAMA (GRI) İLKELERİ

Gün geçtikçe, toplumun artan sosyal sorumluluk bilinci, işletmeleri bu konuyla ilgili bazı değişiklikler yapmaya itmiştir. Bu bilinç, muhasebe biliminde bazı yenilikler yapılmasını gerekli kılmıştır. Bu yeniliklerden birisi de, sosyal muhasebe anlayışıdır.

Sosyal muhasebe anlayışı, işletmelerin sosyal sorumluluk alanlarını genişletmiş ve işletmelerin topluma karşı duyarlılıklarını değerlendirmeyi gerekli hale getirmiştir. İşletmelerin topluma karşı sosyal sorumluluk alanlarının genişlemesiyle de, işletmelerin sürdürülebilirlik raporlaması yapma gerekliliği ortaya çıkmıştır. İşletmelerin sürdürülebilirlik raporlaması yapabilmesi için de, uluslararası kriterler yayınlayan kuruluşlar ortaya çıkmıştır. Bu kuruluşlar içerisinde en yaygın ve uluslararası anlamda kabul gören inisiyatif ise, Küresel Raporlama İnsiyatifi (Global Reporting Initiative - GRI)'dir.

Bu bölümde sosyal sorumluluk ve muhasebe ilişkisi, sürdürülebilirlik raporlaması ve bu raporlamanın yapılmasında kullanılan kuruluşlardan bahsedilecektir. Bahsedilen kuruluşlar arasında GRI detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

2.1.Sosyal Muhasebe ve Muhasebede Sosyal Sorumluluk Kavramı

Sosyal muhasebe kavramı, işletmelerin yaptığı veya yapmakla yükümlü olduğu faaliyetleri, çalışanlar ve paydaş gruplarına olan etkileriyle değerlendiren ve ortaya çıkan sonuçları raporlama anlayışı olarak açıklanabilir (Şengel, 2011: 4).

Muhasebede sosyal sorumluluk kavramı ise, yapılacak tüm muhasebe işlemlerinde, belli kişi veya grupların çıkarlarını düşünmeksizin, bütün toplumun faydasını gözeterek, bilgi üretiminde tarafsız ve dürüst olmayı gerektirir (Doğan, 2018: 103). Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği'ne göre ise, Muhasebenin sosyal sorumluluğu kavramı: muhasebenin işlevini yerine getirme konusundaki sorumluluğunu belirtmekte ve muhasebenin kapsamını, anlamını, yerini ve amacını göstermektedir (1 Seri No'lu Tebliğ, 1992).

İşletmelerin her türlü finansal bilgilerini raporlama işlevi bulunan muhasebe, finansal sonuçlar göz önüne alındığında, toplumun tümünü etkilemektedir. Bu sebeple, işletmelerin bu sorumluluğu yerine getirmelerinde, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı

yol gösterici olmaktadır (Yılmaz ve Alkan, 2006: 732). Ayrıca bilinmelidir ki, muhasebenin sosyal sorumluluğu, sadece muhasebe sürecinin bir kısmında değil, muhasebe sürecinin tüm evrelerinde yer almaktadır (Otlu, 2002: 153).

Muhasebenin sosyal sorumluluğuyla, toplumu oluşturan kişi ve kuruluşlar, muhasebe uygulamalarıyla ilgili olarak, bilgilendirilmiş ve aydınlatılmış olur. Bu doğrultuda kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı, yapılan muhasebe işlemlerinde konuyla ilgili olan, kişi ve kuruluşlara karşı sorumluluğunun farkın da olarak, muhasebe uygulamalarını yürütme ve finansal tabloların gerçek, tarafsız ve dürüst olarak hazırlanmasını gerekli kılar (Atabay vd., 2003: 27). Çünkü karar alıcılar için, muhasebe bilgilerinin sunulduğu mali tablolar ve raporların doğru, güvenilir, sağlıklı ve karşılaştırılabilir olması büyük önem arz etmektedir (Özocak ve Baş, 1997).

2.1.1.Muhasebe ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisi

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin topluma ve çevreye karşı sorumluluklarının yanında, işletmenin etkileşim içinde bulunduğu tüm paydaş gruplarına karşı sorumluluklarını da kapsamaktadır. Muhasebenin temel kavramlarından biri olan "Sosyal Sorumluluk Kavramı", muhasebe işlemlerinde tüm toplumun fayda görmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve muhasebenin sosyal sorumluluğu kavramının, aynı amaçta birleştiği görülmektedir. Her iki kavramında, toplum ve işletme çıkar gruplarıyla etkileşim içerisinde bulunduğu çevreye katkı sağlamak amacı bulunmaktadır. Muhasebe yapısı gereği toplumu aydınlatma, güvenilirlik, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri doğrultusunda kurumsal sosyal sorumluluk kavramıyla sürekli olarak etkileşim ve iletişim içerisinde bulunmaktadır (Doğan, 2018: 100).

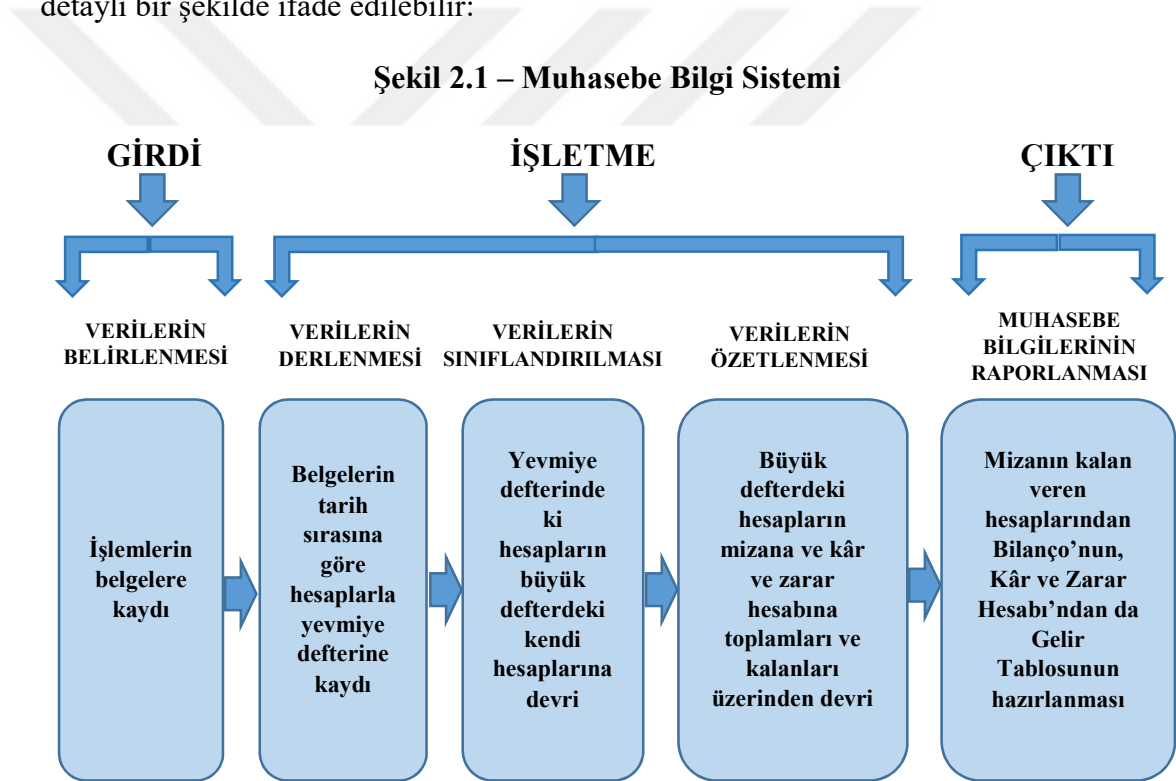
2.1.1.1.Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Bilgi Sistemi

Muhasebe bilgi sistemi, işletmelerin tüm paydaş grupları tarafından talep edilen bilgileri (işlenmemiş veya sıradan bilgiler), finansal verilere dönüştürerek, üretmek ve üretilen bilgileri raporlar aracılığı ile sunmak amacıyla bir araya getirilmiş ve birbirleriyle ilişkili öğeler bütünüdür (Karacaer ve İbrahimoglu, 2003: 214).

Muhasebe bilgi sistemi, doğru ve güvenilir bir şekilde bilgiye ihtiyaç duyan paydaş gruplarına bilgi üretebilmek için, bazı işlemleri gerçekleştirmesi gerekmektedir. Bunlar (Karacaer ve İbrahimoglu, 2003: 215-217);

- Mali nitelikteki verileri toplayarak, muhasebe bilgi sistemine giriş yapmak,
- Ulaşılan kaynaklardan elde edilen verileri, belli bir düzene sokarak, sınıflandırmak,
- Gerekli düzenlemeleri yapılan verileri kaydetmek ve
- Yapılan tüm işlemler sonucunda, bilgiye ihtiyaç duyan paydaşların, bilgi ihtiyaçlarını gidermek amacıyla oluşturulacak raporlarda yer alması gereken bilgileri oluşturmak.

Bilgilerin doğru ve güvenilir bir şekilde rapor haline dönüşmesi için, elde edilen bilgilerin yukarıda bahsedilen işlemlerden geçmesi gerekmektedir. Yukarıda bahsedilen işlemler bir şekilde ifade edilecek olursa, yapılacak tüm işlemler aşağıdaki Şekil 2.1’de detaylı bir şekilde ifade edilebilir:



Kaynak: Daştan ve Bellikli, 2015: 184

İşletmelerden Şekil 2.1’de “Verilerin Belirlenmesi” ile başlayan, “Muhasebe Bilgilerinin Raporlanması”yla sonlanan süreçte, kullanılan bilgileri düzenli olarak kaydederek raporlayan, işletmenin durumu ve ticari başarısı hakkında bilgi veren, muhasebe bilgi sisteminden belirli kişi veya grupların faydasını düşünmeden tüm paydaş gruplarını göz önünde bulundurarak tam, zamanında, gerçeği yansıtan, tarafsız ve dürüst

bir yaklaşımla, işletmelerin ekonomik, hukuki, etik ve gönüllü sorumluluklarını da katkı sağlayacak şekilde raporlama yapması beklenir (Demir, 2005: 117). İşletmelerin muhasebe bilgi sisteminde, toplumun çıkarlarını göz önünde bulundurarak hareket edebilmesi, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışına bağlı olarak hareket etmesiyle mümkün olacaktır (Özkol vd., 2005: 140).

Kurumsal sosyal sorumluluklarının bilincinde olarak faaliyetlerini yürüten işletmelerde, muhasebe bilgi sistemi ve üretilen finansal bilginin, bu sorumluluklardan olumlu olarak etkileneceği kesindir (Daştan ve Bellikli, 2015: 184). Muhasebe bilgi sistemiyle, kurumsal sosyal sorumluluk arasında, toplumu bilgilendirmek, güvenilirlik, hesap verme yükümlülüğü, şeffaflık gibi prensiplerde işbirliği olduğu açıkça görülmektedir (Dinç ve Abdioğlu, 2009: 165).

Özetle; muhasebe işlemlerinde tüm toplumun çıkarlarının gözetilmesi, muhasebe kavramıyla, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının uyum içinde hareket etmesini zorunlu hale getirmiş, bu uyum iki kavramı birbirinden ayrılmaz bir bütün haline getirmiştir (Bengü ve Can, 2009: 158).

2.1.1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Mesleği

Muhasebe, “Mali nitelikteki işlemleri ve olayları para ile ifade edilmiş bir şekilde kaydetme, sınıflandırma, özetleme, analiz etme, yorumlama ve raporlama sürecidir.” (Acar ve Tetik, 2013: 9). Bu tanımda yer alan faaliyetleri yapan, muhasebe biliminin gerekliliklerini yerine getiren, işletme yönetimi ve ilgili çıkar gruplarına, karar verme sürecinde gerekli bilgileri eksiksiz, zamanında açık, anlaşılır ve şeffaf bir şekilde sunan meslek dalına, muhasebe mesleği denir (Daştan, 2001: 32).

Muhasebenin sosyal sorumluluğu ve kurumsal sosyal sorumluluğun birbirleriyle uyum içinde işleyen iki kavram olduğunu söyleyebiliriz. Hem muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluğu, hem de kurumsal sosyal sorumluluğun merkezinde, işletme ve toplumla ilgili olan çıkar grupları yer almaktadır (Daştan ve Bellikli, 2015: 186).

Her iki kavramın ortak yönleri şunlardır (Daştan ve Bellikli, 2015: 186);

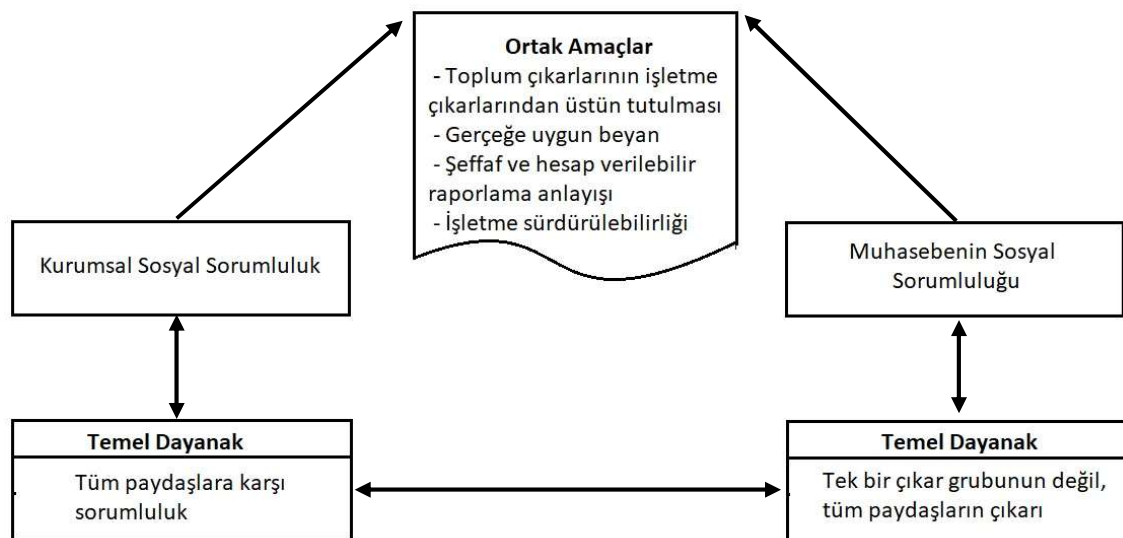
- Toplumun çıkarları, her iki kavramda da işletmelerin çıkarlarından üstün tutulmaktadır,
- İki kavramda da, yapılan işlemlerde gerçeğe uygun beyan anlayışı benimsenmektedir,

- Şeffaflık ve hesap verilebilirlik, her iki kavramda da raporlamanın temelini oluşturur.

İki kavramdan da anlaşıldığı üzere, işletmelerin finansal raporlarda sunduğu bilgilerin doğru, anlaşılır ve güvenilir olması, toplumun tüm çıkar gruplarını için fayda sağlayacaktır. Bu durumların aksine, hatalı, hileli ve eksik bilgilerle sunulan finansal raporlar, tüm çıkar grupları için sorun teşkil edecektir (Koroğlu ve Ersöz, 2015: 134). Ayrıca göz önünde bulundurulmalıdır ki, güvenilir ve gerçeği yansıtan raporlar sunan işletmelerin, başarıya ulaşmalarının daha kolay olduğuyla ilgili birçok somut örnekte bulunmaktadır (Demir, 2013: 228).

Tüm bu açıklamalar ışığında, kurumsal sosyal sorumluluk ve muhasebenin sosyal sorumluluğu arasındaki ilişki, Şekil 2.2'yle ifade edilebilir (Daştan ve Bellikli, 2015: 186);

Şekil 2.2 - Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Mesleğinin Sosyal Sorumluluğu İlişkisi



Kaynak: Daştan ve Bellikli, 2015: 186

Şekil 2.2'de görüldüğü üzere, kurumsal sosyal sorumluluk ve muhasebenin sosyal sorumluluğu arasında, bir amaç birliği söz konusudur. Muhasebenin sosyal sorumluluğu anlayışının, kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında sağladığı faydaları ise, şu şekilde sıralayabiliriz;

- Muhasebe bilimi sayesinde işletmeler, üretilen finansal raporlarla ekonomik ve finansal durumu hakkında bilgi edinebilecek ve bu güvenilir olarak üretilen bilgiler ışığında, alacağı kararlarda ve hedeflerinde doğru adımlar atabileceklerdir.
- Muhasebe meslek mensuplarının, işletmelerle ilgili yasal hak ve sorumluluklarını iyi bilmesi sayesinde, işletmelerin devlete karşı bir sorumluluğu olan vergi hesaplamaları doğru olarak yapılacak, böylece toplumun çıkarı da gözetilmiş olacaktır.
- İyi bir muhasebe meslek mensubu, kurumsal sosyal sorumluluk bilincinde hareket edecek, bu da işletmenin sosyal sorumluluklarına eğilmesini sağlayacaktır.
- Muhasebe bilimi, işletmelerin gönüllü olarak yapacağı sosyal sorumluluk faaliyetleri için, katlanılacak maliyetler ve elde edilecek getirilerin hesaplanmasında aktif rol alarak, işletmelerin sosyal sorumluluk bilincinde hareket etmesine katkı sağlayacaktır.

Yapılan tüm bu açıklamalardan sonra, muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluğa katkısı dört temel başlık altında incelenebilir. Bunlar;

1. Muhasebenin ekonomik sorumluluklara katkısı,
2. Muhasebenin hukuki sorumluluklara katkısı,
3. Muhasebenin ahlaki sorumluluklara katkısı,
4. Muhasebenin gönüllü sorumluluklara katkısıdır.

2.1.1.2.1. Muhasebenin Ekonomik Sorumluluklara Katkısı

Muhasebe temel işleviyle, belgelerin toparlanması, belli ilkeler göz önünde bulundurularak kaydedilmesi, kaydedilen bilgilerin raporlanarak, analiz edilmesi ve değerlendirilmesinden sorumludur.

Bir işletme sahibi veya yöneticisi, işletmesinin karlı bir şekilde çalışıp çalışmadığını, mali olarak sorumluluklarını yerine getirebilecek güce sahip olup olmadığını, muhasebe sayesinde öğrenmektedir. Muhasebe sayesinde sağlanan bilgiler, işletmeleri karar verme sürecinde doğrudan etkilemektedir (Acar ve Tetik, 1999: 10). Bu sebeple muhasebe, bilgi toplama, kaydetme, raporlama, analiz etme ve değerlendirme

görevlerini yerine getirirken, yapılan işlemlerin gerçekliği ve güvenilirliği büyük önem taşımaktadır. Çünkü, işletmelerin öncelikle içerisinde bulunduğu toplum, devlet ve tüm çıkar gruplarına karşı sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sebeple muhasebenin yaptığı işlemlerde, yapacağı yanlışlıklar veya aldatıcı davranışlar, tüm paydaş gruplarını yanıltacaktır, bu nedenle yapılan işlemlerin doğru ve gerçekçi bilgiler sunması büyük önem taşımaktadır (Doğan, 2018: 104). Tüm bu işlemler muhasebenin sosyal sorumluluğu kavramı bağlamında, işletmenin ekonomik sorumluluğuna katkıda bulunmaktadır.

2.1.1.2.2. Muhasebenin Hukuki Sorumluluklara Katkısı

İşletmeler, kuruluşlarından başlayarak hayatını sürdürdüğü ve yaptığı her faaliyette yasalarla belirlenen hak ve sorumluluklarına uymak ve bu bilinçte hareket etmek zorundadır.

Bu yasalardan ticaret, borç, vergi, sigorta ve çevre gibi yasalar, işletmelerin uyması gereken yasalardan sadece bir kaçıdır. İşletmeler, bu yasal süreç içerisine kuruldukları andan itibaren girerler ve faaliyetlerini sürdürdükleri sürece, muhasebenin hukuki yükümlülüklerine uyarak hareket etmek zorundadırlar (Doğan, 2018: 105). Bu noktada, işletmelerin kurulduğu andan itibaren, finansal muhasebe devreye girer ve işletmenin mali durumunu gerçekçi bir şekilde gösterecek verileri toplayarak, ilgililere sunma görevini yerine getirir. Ayrıca vergi muhasebesinde, mevzuattan kaynaklanan vergi gibi konularda ihtiyaç duyulan form, beyanname, onay, bildirim ve raporlar gerekli şekilde hazırlanıp, konuyla ilgili kamu kurumlarına sunulur (Yıldırım ve Tek, 2004: 1-16).

Bir muhasebe meslek mensubu, işletmenin yasal hakları ve sorumluluklarına hâkim olmalı, güncelliği sağlamak amacıyla değişiklikleri sürekli olarak takip etmeli ve geçerli mevzuatları dikkate alarak işlemlerini gerçekleştirmelidir (Doğan, 2018: 105). Çünkü işletmelerin yasal olarak devlete karşı sorumluluklarını yerine getirebilmesin ilk şartı, vergi hesaplamalarının doğru bir şekilde yapılmasıyla mümkündür. Bu noktada da muhasebenin önemi büyüktür. Doğru ve gerçeği yansıtan bir vergi hesaplaması ve bu yükümlülüğün yerine getirilmesi, işletmenin içerisinde bulunduğu ülke ekonomisine katkı sağlayacaktır (Demir, 2013: 230).

Tüm bunlar neticesinde bilinmelidir ki, bir işletmenin ilgili muhasebe bölümünün, mevcut yasal düzenlemeler ve mevzuatlardan kaynaklanan haklara ve sorumluluklara

hâkim olmaması, işletmeyi yasal sorumluluğunda zaafa düşürecektir. Düzenlemeler ve mevzuata hâkim olan bir muhasebe bölümü, işletmesinin hukuki sorumluluklarını yerine getirmesini sağlayacak ve işletmesine vergi tasarrufu sağlatmasının yanı sıra, oluşabilecek vergi cezalarının da önüne geçmiş olacaktır (Özkoç vd., 2005: 142).

2.1.1.2.3. Muhasebenin Etik (Ahlaki) Sorumluluklara Katkısı

Muhasebe süreci itibarıyla, muhasebe meslek mensuplarının defter tutmasının yanı sıra, defter tutanları kontrol eden, muhasebe sisteminin, güvenilir, doğru, açık, şeffaf ve zamanında bilgi üretimini sağlayan, sürecin işleminde sorumluluğu bulunan bir etkidir. Bu açıdan muhasebe, işletmelerle paydaşların arasında güvene dayalı bir iletişim ağı olmakta büyük önem taşımaktadır (Özkoç, vd., 2005: 142-143).

Muhasebe işlemlerinde ortaya çıkan bilgiler, mevcut işletmelerin mali durumlarını ifade etmektedir. Bu sebeple, muhasebe meslek mensupları, bilgileri üretirken ilgili taraflarla ilişkilerinde ahlaki bir tutum sergileme bilincinde olmalıdırlar (Yıldırım ve Tek, 2004: 16-20). Bu açıdan, muhasebede meslek ahlakı, bağımsızlığın, kendi kendini kontrol etmenin ve ahlaki dürüstlüğün genel bir ifadesidir. Yani, devlete, topluma ve diğer paydaş gruplarına karşı yüksek ahlaki standartlarla oluşturulmuş değerlerle hizmet sunmaktır (Selimoğlu, 2006: 442). Muhasebe meslek mensupları, topluma hizmet etmek ve toplumun çıkarlarını gözetmek amacıyla vardılar ve toplumun güvenini kazanabilmek için yüksek ahlaki bir tutum sergilemeleri gerekir (Biçer vd., 2017: 202). Ayrıca işletmeler de ahlaki sorumluluklarını yerine getirebilmek için, mevcut kanunların ötesinde, toplumsal norm ve beklentilere uyumlu davranışlar sergilemelidirler.

Muhasebe meslek mensupları, görevlerini yerine getirirken çıkar gruplarına karşı bir takım sorumluluklar üstlenirler. Bu sebeple, işlemlerini gerçekleştirirken ahlaki bir tutum sergilemeli, vicdanına kulak vererek kararlar almalıdırlar. Çünkü, muhasebe meslek mensubunun şahsi ve mesleki olarak durumunu etkileyebilecek bir olumsuzluktan etkilenme durumu her zaman söz konusudur, bu da muhasebe meslek mensubunu bazı uygulamaları yapmamasına veya yapmaması gereken bir takım uygulamaları yapmaya itebilir (Ünsal, 2008: 13). İşletmeler ahlaki sorumluluklarını yerine getirebilmek için, mevcut kanunların ötesinde, toplumsal norm ve beklentilere uyumlu davranışlar sergilemelidirler.

2.1.1.2.4. Muhasebenin Gönüllü Sorumluluklara Katkısı

İşletmelerin gönüllü olarak toplumun faydasını gözeterek faaliyetler yürütmesi, işletmenin marka imajına katkıda bulunabilir ve piyasa değerini arttırabilir. Ancak bilinmelidir ki, bu türden faaliyetlerin, işletmeye bir takım maliyetleri vardır ve katlanılacak bu maliyetlerden elde edilecek faydanın iyi hesaplanması gerekir (Özkol, vd., 2005: 144).

İşletmelerin gönüllü olarak sosyal sorumluluk projelerinde yer alması, mevcut ekonomik durumuna bağlıdır ve bu ekonomik durum hakkında bilgi sağlayacak olanda, muhasebe bilgi sistemidir (Demir, 2013: 230).

İşletmelerin sosyal sorumluluk kavramı gereğince, çevresel konuları da dikkate almaları gerekmektedir. Sosyal sorumluluk kavramı, muhasebeyi çevresel konulara yönlendiren en önemli unsurdur. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramından bahsedilen her noktada, işletmelerin faaliyetlerinde toplumun çıkarlarını gözetmesi gerektiğine vurgu yapılmaktadır. Bu noktada, toplumun çıkarlarını düşünerek faaliyetlerini yürüten bir işletmenin, çevresel konuları dikkate almaması düşünülemez. Çünkü, işletmelerin faaliyet gösterdiği çevre, aynı zamanda toplumun yaşam alanıdır.

Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda, muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluk kavramı bağlamında, çevre dikkate alınmak zorundadır. Örneğin, muhasebe işlemlerinde çevresel kaynak kullanımlarının hesap dışı bırakılması, görevi bilgi üretmek olan muhasebenin gerçeklere uygunluğuna, tarafsızlığına, dürüstlüğüne ve güvenilirliğine zarar verir. Hazırlanan finansal tablolarda toplumun çıkarlarını gözetmek anlayışı hâkim olduğuna göre, çevreyle ilgili konuların muhasebe alanının dışarısında bırakılması da mümkün değildir (Bengü ve Can, 2009: 158).

2.1.1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Muhasebesi

Sosyal sorumluluk muhasebesi, 1970' li yıllarda deneysel olarak kullanılmış, 80'li yıllarda gündemden ve gözden düşmüş bir kavramdır. 1990'lı yıllara kadar, genel olarak kabul görmemiş, ancak daha sonra çevre muhasebesi ve raporlaması olarak uzun yıllar gündemde kalmıştır. Sosyal sorumluluk muhasebesi, ilk olarak hisse senetleri sahipleri için hazırlanan yıllık raporlarda kendine yer bulmuştur (Yanık ve Türker, 2012: 297).

Sosyal sorumluluk muhasebesi genel anlamıyla; bilgiye ihtiyaç duyan kesimleri bilgilendirmek veya etkilemek amacıyla, işletme bilgilerinin nicelik ve nitelik olarak,

işletmeler tarafından açıklanmasıdır. İşletmeler tarafından yapılacak açıklamalar, finansal olmasının yanı sıra, finansal olmayan bir şekilde de sunulabilir. Genel olarak özel sektör işletmeleri tarafından uygulanmaktadır ve işletmenin faaliyetleri hakkında detaylı bilgiler içerir. Sunulan bilgilerin büyük çoğunluğu, yapı itibarıyla finansal veri şeklinde değildir. Açıklanan bilgilerden faydalananlar, kredi kuruluşları, işletme çalışanları, müşteriler, tedarikçiler ve toplumdur (Özocak ve Baş, 1997: 2).

Sosyal sorumluluk muhasebesiyle ilgili olarak Gray, 3 yöntemden bahsetmiştir. Bunlar (Gray ve Milne, 2002: 68-69);

1. Sürdürülebilir Maliyet: Mevcut işletmeyi, faaliyetinin etkisinden önceki durumuna getirmek için harcanması gereken parasal tutardır. Sürdürülebilirlik kavramı açısından, işletmelerin gerçekleştirdiği faaliyetlerde, harcadığı doğal kaynakları telafi etmeleri, yani tükettikleri doğal kaynakları parasal tutarlarını hesaplamalarıdır (Demirtaş, 2016, <https://bilaldemirtas.wordpress.com/2016/12/26/tum-yonleriyle-muhasebe-raporlamasi-ve-isletmelerde-surdurulebilirlik/> (Erişim Tarihi: 17.04.2019).

Gray, tükettiğini telef edip yerine koyan işletmeleri, sürdürülebilir işletme olarak tanımlamaktadır (Gray & Milne, 2002: 68-69). Bu doğrultuda, sürdürülebilirlik maliyetinin, muhasebe ilkeleri ile hesaplanmış kardan düşürülmesiyle, işletmelerin sürdürülebilir olup olmadığı değerlendirilebilmektedir (Yanık ve Türker, 2012: 299).

2. Doğal Sermaye Stoku Muhasebesi: Bu yöntem, doğal kaynak olarak nitelendirilen sermaye stoklarının zaman içerisinde azalarak tükenmesi esasına dayanır. Fakat bu stok maliyetlerinin hesaplanması zor olması sebebiyle, yapılan hesapların gerçekçi olması zordur (Lamberton, 2005: 9-10).

3. Girdi-Çıktı Analizi: Bu yöntem, üretime giren hammadde ve enerjinin, üretimden ürün ve atık olarak çıkışının fiziksel akışıdır (Lamberton, 2005: 10).

2.2. Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramı ve Sürdürülebilirlik Muhasebesi

2.2.1.Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramı

İngilizce, "sustainability" kavramından gelen sürdürülebilirlik kelimesi, sürekli olma, devamlılık gibi durumları ifade eder. Kavram, ekonomi, çevre, doğal kaynakların kullanımı, doğaya bırakılan atıklar, hava kirliliği gibi, pek çok konuyla beraber anılmaktadır (Akgül, 2010: 134-135).

Sürdürülebilirlik kavramını ilk tanımlayan otoriteler, Birleşmiş Milletler (BM) ve Bruthland Komisyonu'dur (Kelly ve Alam, 2009: 30). Sürdürülebilirlik kavramının, ekonomi, sosyoloji, biyoloji, ahlak gibi birçok alanda tanımı mevcuttur. Ekonomik açıdan bakıldığında, üretim ve tüketim faaliyetlerinde, çevreyi de hesaba katmaktan, doğal kaynak stoklarına kadar, kısa ve uzun dönemi kapsamaktadır. Kavram, biyolojik açıdan çeşitliliğin korunması, adil gelir dağılımı, yoksullukla mücadele ve adaletin sağlanması gibi konuları ele alırken, ahlaki açıdan ise, doğal kaynakların korunması ve ölçülü kullanımı anlamına gelir (Bayraktutan ve Uçak, 2011: 19). Sürdürülebilirlik kavramının üç önemli boyutu vardır. Bunlar (Gould, 2011: 19-20);

- i. Ekonomik canlılık,
- ii. Sosyal sorumluluk,
- iii. Çevresel sorumluluktur

Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı ise; “işletmelerde uzun vadeli değer yaratmak amacıyla, ekonomik, çevresel ve sosyal faktörlerin kurumsal yönetim ilkeleri ile birlikte şirket faaliyetlerinde ve karar mekanizmalarında dikkate alınması ve bu faktörlerle bağlantılı risklerin etkin bir biçimde yönetilmesi olarak tanımlanabilir.” (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 5). Benzer şekilde, Roca ve Searcy (2011)'i kurumsal sürdürülebilirliği, “işletmenin ve paydaşların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik iş stratejileri ve faaliyetlerini insan ve doğal kaynakların bugün korunmasına, sürdürülmesine ve gelecekte ihtiyaç duyulduğunda arttırılması için adapte edilmesi” olarak tanımlamışlardır. Kavramla ilgili Dyllick ve Hockerts (2002)'nin yaptığı tanıma göre ise; Kurumsal sürdürülebilirlik, işletmenin direkt ve endirekt pay sahiplerinin ihtiyaçlarını, gelecekte olacak pay sahiplerinin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılamaktır. Fakat, bu tanımlara rağmen, kurumsal sürdürülebilirliğin kabul edilmiş evrensel bir tanımı yoktur (Yücel, 2016: 162).

Tarihsel olarak, kurumsal sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasına katkıda bulunan iki unsurdan bahsedilebilir. Bu kavramlardan ilki, 1980'li yıllarda ortaya çıkan sürdürülebilir kalkınma (Brutland, 1987) kavramı, diğeri ise, 1990'lı yıllarda ortaya çıkan, üçlü kâr hanesi-triple bottom line (Elkington, 1997) kavramlarıdır. Bu kavramlar, işletmelere ekonomik etkinliklerini yönetmelerinin yanı sıra, bu etkinlikler neticesinde oluşan doğal ve sosyal çevredeki etkileri de yönetme sorumluluğu getirmiştir (Yılmaz vd., 2009: 1). Kurumsal sürdürülebilirliğin iki temel özelliği vardır. Bunlardan ilki, yeni

bir iş yapma modeli sunar, diğeri ise, işletmelerin sadece şuan ki kazançlarına değil, geleceğe yatırım yapmalarını da ifade eder. (Tokgöz ve Önce, 2009: 252).

Kurumsal sürdürülebilirlik kavramının temelinde, yürütülen faaliyetlerde çevresel ve sosyal faktörlerin kapasitesini aşmadan, ekonomik büyümeyi sağlamak anlayışı yatmaktadır (Onay, 2015: 106). İlk bakışta sürdürülebilirlik kavramı, bir önceki bölümde değindiğimiz “Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS)” kavramıyla benzerlik gösteriyor gibi görünse de, bu durum evrensel olarak kabul görmemektedir. Fakat iki kavramın birbirine yakın kavramlar olduğu, benzer yönlerinin bulunduğunu savunanlar da bulunmaktadır. Ancak, iki kavramın farklı noktalara odaklandığı, daha baskın bir görüş olarak karşımıza çıkmaktadır (Kelly ve Alam, 2009: 30). KSS ve kurumsal sürdürülebilirlik arasındaki farklılıkları Tablo 2.1’deki gibi ifade etmek mümkündür (Cheung, 2011: 146);

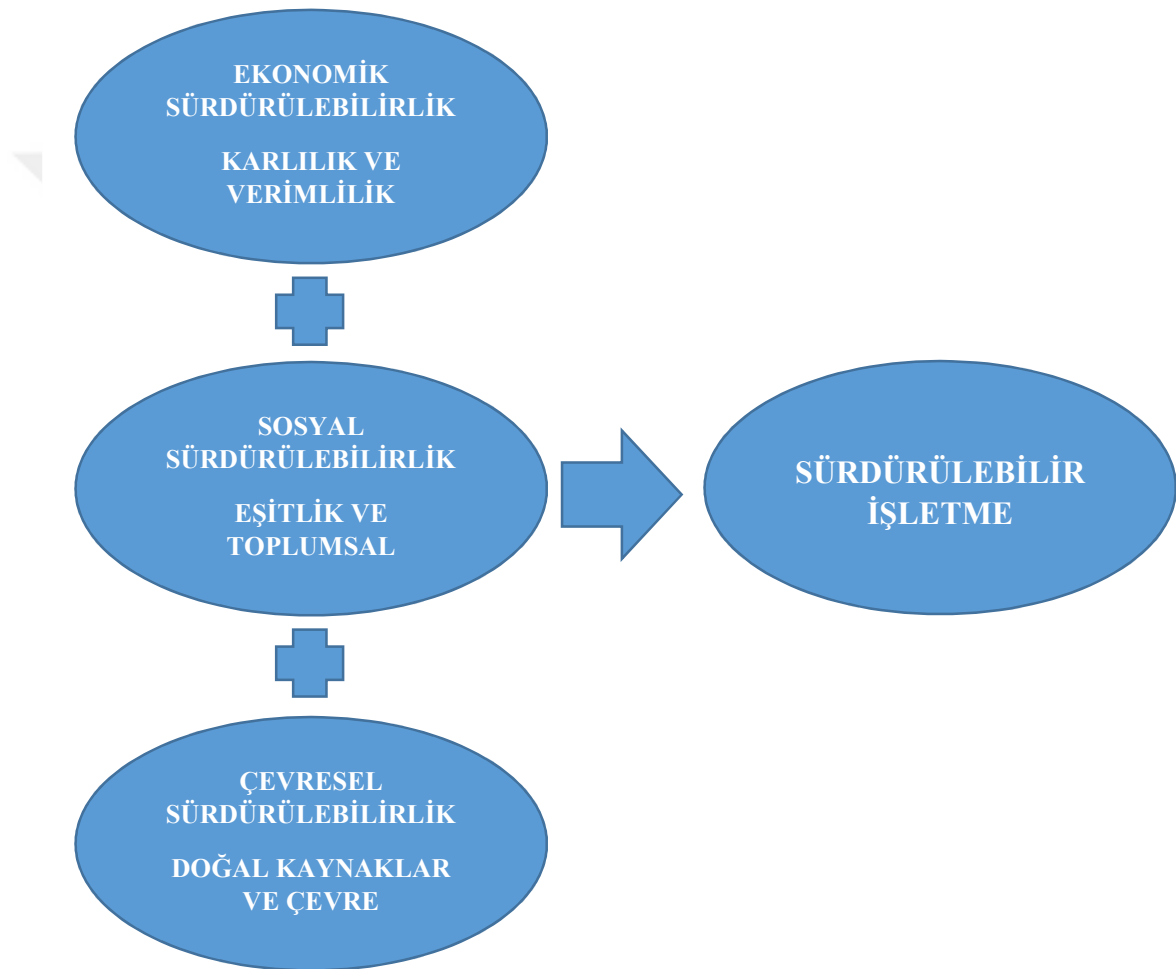
Tablo 2.1. – KSS ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Arasındaki Farklar

Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Kurumsal Sürdürülebilirlik
1. Kurumsal sosyal sorumluluk, ekonomik ve sosyal boyutların birbirinden bağımsız olduğunu ileri sürer.	1.Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı, sosyal ve ekonomik boyutların birbirine bağlı olduğunu kabul eder.
2.Kurumsal sosyal sorumlulukta, işletmeler sosyal sorumluluklarını insanlığa fayda sağladığı sürece devam ettirirler.	2.Kurumsal sürdürülebilirlikte, yapılacak sosyal sorumluluk faaliyetleri, insanlığa fayda sağlasa da, sağlamasa da gerçekleştirilmelidir.
3.KSS, işletmelerin insan, çevre ve toplum için yaptığı faaliyetlerle ortaya çıkar. Ayrıca, insan ve toplum arasında bir iletişim ağı kurar ve bu iletişim işletmeyle ilişkilendirilir.	3.Kurumsal sürdürülebilirlikte, işletmelerin faaliyetlerinde insanlığı merkeze (odak noktasına) koyma ve faaliyetlerini bu amaç doğrultusunda gerçekleştirme anlayışı hâkimdir.
4.KSS, ekonomik, çevresel ve sosyal endişeleri gidermek amacıyla yapılır ve ara bir işlemdir.	4.Kurumsal sürdürülebilirlik, bugün, yarın ve geleceği düşünerek faaliyetlerin gerçekleştirilmesini hedefler.

Tablo 2.1’de görüldüğü üzere, kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sürdürülebilirlik kavramları, benzer anlayışlar gibi görünseler de, temelde birçok farklılığı barındırmaktadır.

Kurumsal sürdürülebilirliği hedef alan işletmelerin, ekonomik, sosyal ve çevresel süreçler arasında denge kurması ve bu süreçlerle ilgili yapılan faaliyetlerde başarı elde etmesi gerekir (Torum ve Yılmaz, 2009: 49). Bu durum Şekil 2.3’te gösterilmiştir.

Şekil 2.3 – Kurumsal Sürdürülebilirlik Boyutları ve Sürdürülebilir İşletme

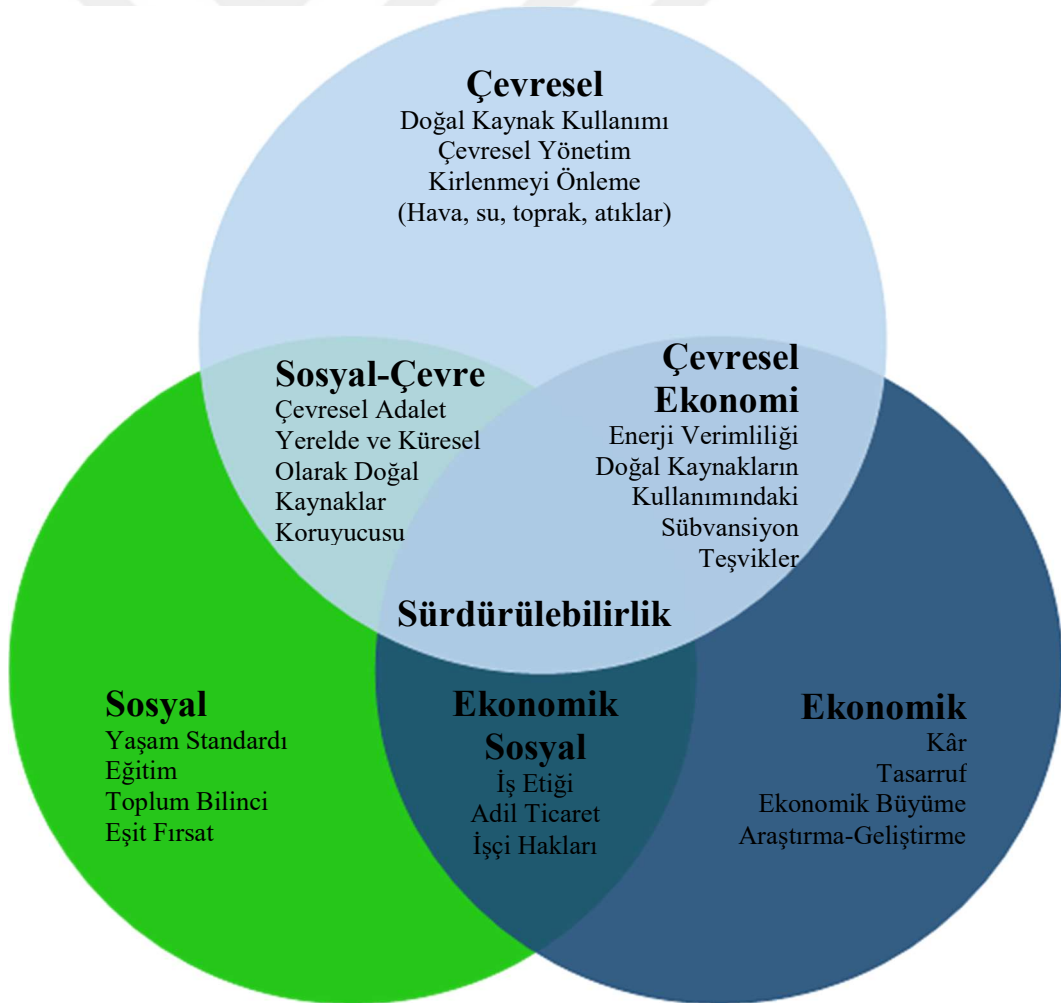


Kaynak: Torum ve Yılmaz, 2009: 49

Şekil 2.3’e göre; işletmeler kârlılık ve verimlilik hedefleri doğrultusunda faaliyetlerini yürütürken, doğal kaynaklar ve sosyal sorumluluk alanlarını da dikkat almalıdırlar. Bu üç boyut, işletmede sorunsuz bir şekilde işlediği zaman, sürdürülebilir bir işletme olma hedefine yaklaşmış olacaktır (Torum ve Yılmaz, 2009:49). Bu doğrultuda, işletmelerin sürdürülebilirlik konusunda başarılı olabilmesi, öncelikli olarak

şeffaflık, adillik, hesap verebilirlik ve sorumluluklarının bilincinde hareket ederek mümkün olacaktır. Daha sonra ise, işletmeler ürettikleri mal ve hizmetlerde doğa ve çevre için olabilecek en minimum düzeyde zarar teşkil eden üretim yöntemlerini seçerek, tüm kademelerde önceliğin doğayı korumak olduğunu vurgulayarak, tüm süreçlerde enerji tasarrufu ve verimlilik anlayışını benimseyerek, tüketicilere sağlıklı ürünler sunarak, çalışanların çalışma koşullarını iyileştirerek ve gerekli ahlaki kurallara dikkat ederek, sürdürülebilirlik konusunda tam anlamıyla başarıya ulaşacaklardır. Ayrıca işletmeler sürdürülebilirlik konusunda başarı elde edebilmek için, bu tür uygulamaları bir yük olarak değil, tüm paydaşlara katkı sağlayan faaliyetler olarak görme ve bu bilinç doğrultusunda hareket etme bilincine de sahip olmalıdırlar (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 5). Tüm bunlar doğrultusunda, sürdürülebilirlik konusunda başarılı bir işletme de bulunması gereken unsurlar Şekil 2.4’te gösterilmiştir;

Şekil 2.4 – Sürdürülebilir Bir İşletmede Bulunması Gerekenler



Kaynak: BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 6

Sürdürülebilirlik konusunda başarıya ulaşmak isteyen veya başarıyla ulaşan işletmeler, bir takım avantajlar elde ederler. Sürdürülebilirlik sayesinde, işletmelerin elde ettiği faydalar ise şunlardan oluşmaktadır (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 17);

- ✓ İşletmelerin marka değerini artırır,
- ✓ İşletmelerin kurumsal itibarına katkıda bulunur.
- ✓ Nitelikli iş gücü bulmayı kolaylaştırır,
- ✓ Orta ve uzun vadede maliyetleri azaltıcı bir etki yapar,
- ✓ Yeni iş fırsatları sunar,
- ✓ İşletmeler için, sermayeye daha kolay ulaşma imkânı sunar,
- ✓ Yenilikçi ürün ve hizmet gelişimine katkıda bulunur,
- ✓ Şirket ömrünü uzatır.

2.2.2.Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramının Ortaya Çıkmasında Kilometre Taşları

Geçmişten günümüze kadar, sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasına ve gelişmesine katkıda bulunan birçok somut gelişme yaşanmıştır. Kurumsal sürdürülebilirlik için, kilometre taşı olan bu gelişmeleri kısaca ve sırasıyla şu şekilde özetlemek mümkündür (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 13-14):

- 1) **1972 - Stokholm Konferansı:** Sürdürülebilirlik kavramı, ilk olarak bu konferansta ses getirmiştir. Konferansta, gelişmiş ülkelerin çevresel kaygılarıyla, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma seviyesine ulaşmak için gerek duydukları ihtiyaçlar arasında bir denge kurmanın yolları aranmıştır. Konferans, çevrenin korunması ve geliştirilmesini tüm insanlara benimsetecek yol gösterici kararlar ve görüşlerden oluşur. Konferans, "tek bir dünyamız var" sloganıyla, tarihteki yerini almıştır (Keleş ve Hamamcı, 1997: 17).
- 2) **1987 - Brundtland Raporu: "Bizim Ortak Geleceğimiz":** 1987 yılında BM tarafından yayınlanan bir rapordur. Raporda çevrenin korunmasıyla, kalkınma arasındaki ilişkiye vurgu yapılmış ve uluslararası çevre sorunları ele alınmıştır (Aksu, 2011: 14). Rapordan çıkarılacak sonuç; "gelecek kuşakların kendi

ihtiyaçlarını karşılayabilme imkânlarını tehlikeye sokmadan, bugünkü kuşakların ihtiyaçlarını karşılamak” anlayışıdır.

- 3) **1992 – Rio Zirvesi:** Brezilya, Rio da düzenlenen konferansta, çevre ve iklim değişikliği gibi sorunlardan bahsedilmiş, bu nedenle oldukça önemli bir konferans olarak tarihe geçmiştir. Konferansta 172 devlet, 2400 sivil toplum kuruluşu yer almıştır. Konuyla ilgili, “İklim Değişikliği Sözleşmesi”, “Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi”, “Rio Deklarasyonu”, “Orman Varlığının Korunmasına Dair Bildiri” ve “Gündem 21” gibi sözleşmeler ve uygulamalar ortaya konulmuştur (Sezer, 2007: 765).
- 4) **1997 – Kyoto Protokolü:** Japonya'nın Kyoto kentinde, BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'dir. Protokole 192 ülke ve AB taraftır (Seçgel, 2010: 8). Bu sözleşmeyi imzalayan ülkeler, karbondioksit ve sera gazı gibi salınımları azaltma konusunda belli sözler vermiş olurlar. Ülkemiz bu sözleşmeyi 2009 yılında imzalamıştır.
- 5) **1997 - Küresel Raporlama Girişimi(Global Reporting Initiative, GRI):** BM desteğiyle kurulmuş olup, ilk kez 1997 yılında Sürdürülebilirlik Raporlaması Rehberi yayınlamıştır. İşletmelerin sürdürülebilirlik konusuna eğilmelerini ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı yapmaları için teşvik eder. Çalışmamızın ilerleyen bölümlerin de GRI detaylı olarak ele alınmıştır.
- 6) **2000 - BM Küresel İlkeler Sözleşmesi(UN Global Compact, UNGC):** Ortak bir küresel kalkınma anlayışı benimsenmesi için oluşturulan, Küresel İlkeler Sözleşmesidir. Yenilikçi bir kurumsal sorumluluk yaklaşımıdır (Saban vd., 2017:). Binlerce şirket ve sivil toplum kuruluşu katılmış ve belirlenen 10 evrensel prensibin yerine getirilmesi için çalışmalar yürütülmüştür.
- 7) **2005 - BM Sorumlu Yatırım Prensipleri (UN Principles for Responsible Investment, UN PRI) Girişimi:** 2005 yılında BM Genel Sekreterinin davetiyle, 12 ülke, 20 büyük kurumsal yatırımcı bir araya gelmiştir. Bugün binlerce imzacısı vardır. Yatırım analizleri ve karar alma süreçlerinde, çevresel ve sosyal konuların da dikkate alınmasını teşvik eden ilkeler bütünüdür.
- 8) **2009 - Sürdürülebilir Borsalar Girişimi(Sustainable Stock Exchanges Initiative, SSE):** Girişim, borsaların yatırımcılar, düzenleyiciler ve işletmelerin iş

birliğiyle, çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim konusunda şeffaflık ve performansın artırılmasına ve sürdürülebilir yatırımlara nasıl katkı sağlayabileceklerini araştırılmaktadır.

- 9) **2012 – Rio+20 Zirvesi:** 1992’de Rio’da düzenlenen zirvenin 20. yılında tekrar Rio da düzenlenmiştir. Zirvede, “İstediğimiz Gelecek (The Future We Want)” isimli rapor yayınlanmıştır.
- 10) **2013 – Uluslararası Entegre Raporlama (ER) Çerçevesi:** “Uluslararası Entegre Raporlama (ER) Çerçevesi” 2013 yılında, Uluslararası Entegre Raporlama Konseyi (IIRC) tarafından yayınlanmıştır.

2.2.3.Sürdürülebilirliğin Muhasebedeki Yeri ve Sürdürülebilirlik Muhasebesi

Muhasebe, ekonomik faaliyetler yürüten kuruluşların, mali nitelikteki işlemleri ve olayları para ile ifade edilmiş bir şekilde, kaydetme, sınıflandırma, özetleme, analiz etme, yorumlama ve raporlama sürecidir (Acar ve Tetik, Genel Muhasebe, 2013: 9). Muhasebe aracılığıyla hazırlanan bu raporlar, işletmelerin kararlarında etkili olmaktadır. Ayrıca, yatırımcılarda bu raporlar sayesinde işletmelerin mevcut durumları hakkında bilgi edinebilmektedirler (Akgün ve Kılıç, 2015: 22).

Sürdürülebilirlik muhasebesi, tanımlanmış bir ekonomik sistemin (işletme, üretim tesisi vb.); ilk olarak çevresel ve sosyal faktörlerin sebep olduğu finansal etkileri, ikinci olarak da ekolojik ve sosyal etkileri, belki de en önemlisi sürdürülebilirliğin üç boyutunu oluşturan ekonomik, çevresel ve sosyal konular arasındaki etkileşimler ve ilişkilerini kaydetmek, analiz etmek ve raporlamak üzere işletmenin faaliyetleri, metotları ve sistemlerini ele alan muhasebe alt dalı olarak tanımlanmaktadır (Tüm, 2014: 68).

Sürdürülebilirlik muhasebesiyle ilgili, literatür incelemesi yapıldığında, bu kavramın çevre muhasebesine dayandığı görülmektedir. Örneğin Lamberton (2005), sürdürülebilirlik kavramını tarihsel olarak değerlendirirken, kavramı çevre muhasebesi olarak değerlendirmiştir (Lamberton, 2005: 26). Bunun yanında, kavramın üç boyutlu sosyal sorumluluk olarak değerlendirildiği örneklerde vardır (Hernádi, 2012: 27). Fakat, sürdürülebilirlik muhasebesini, tüm bu bahsedilen muhasebe türlerinden farklılaştıran, işletmelerin ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlikleriyle eş zamanlı olarak uyum içinde işlemlerini sağlayan muhasebe yöntemlerinden oluşmasıdır. Bu bağlamda

sürdürülebilirlik muhasebesinin, çevre ve genel muhasebeden farklılıklarını Tablo 2.2 ile ifade etmek mümkündür (Hernádi, 2012: 28);

Tablo 2.2 – Geleneksel Muhasebe, Çevre Muhasebesi ve Sürdürülebilirlik Muhasebesinin Karşılaştırılması

	Geleneksel Muhasebe	Çevre Muhasebesi	Sürdürülebilirlik Muhasebesi
Bakış açısı	İşletmenin mali durumu	İşletme uygulamaları ve çevre arasındaki ilişkiler	İşletme faaliyetleriyle ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerin bütünleştirilmesi
Hedef	Mali durumun sunulması: Maliyet Yönetimi	Çevresel yükümlülüklerin ve maliyetlerin sunulması, Çevresel performansın sunulması	Sürdürülebilirlik performansın sunulması (ekonomik, sosyal ve çevresel)
Temel Alanlar	Finansal muhasebe, Maliyet ve Yönetim Muhasebesi	Finansal çevre muhasebesi Çevresel yönetim muhasebesi, İç ve Dış Ekolojik Muhasebe	Sürdürülebilirlik muhasebesi Sürdürülebilirlik yönetimi muhasebesi
Yöntem	Değerlendirme süreçleri Maliyet Analizleri	Çevresel Performansın Değerlendirilmesi- Yaşam Döngüsü Analizi-Çevresel Maliyetlerin Analizi	Sürdürülebilirlik Performans Karnesi Diğer disiplinler (biyoloji, sosyoloji) yöntemleri
Raporlama Türü	Finansal ve Maliyet Raporları	Çevresel raporlar	Sürdürülebilirlik raporları
Düzenlemelerdeki Zorunluluk	Yasal Sorumluluk	Gönüllü	Gönüllü

Kaynak: Hernádi, 2012: 28

Tablo 2.2 göz önünde bulundurulduğunda, sürdürülebilirlik muhasebesinin, geleneksel muhasebe ve çevre muhasebesinden amaç, kapsam ve raporlama açısından birçok farklılığının olduğu açıktır. Ayrıca, çevresel raporlama ve geleneksel finansal raporlamada gerçekleştirilen faaliyetlerin sosyal etkileri dikkate alınmazken, bu etkiler sürdürülebilirlikte dikkate alınır. Bu durum, sürdürülebilirlik muhasebesini diğer muhasebe türlerinden ayrı ve üstün kılar (Tüm, 2014: 69).

Sürdürülebilirlik muhasebesi incelendiğinde, burada geçen söz konusu bilgilerin büyük çoğunluğunun çevresel konulardan oluştuğu görülmektedir. Sürdürülebilirlik raporlaması yapan kurumlar, sürdürülebilir gelişmeyi hedeflemiş, kurumsal sorumluluklarıyla ilgili açıklamalar yapan ve tüm paydaş gruplarına karşı sorumlu bir şekilde davranan kurumlar olarak anılırlar (Senal ve Ateş, 2012: 91). İşletmeler, sürdürülebilirlik sayesinde mevcut riskleri azaltma imkânına da sahip olurlar. Ayrıca sürdürülebilirlik muhasebesi, işletmelerin işlerini belli bir düzen içerisinde yerine getirme kolaylığı da sunar (Çelik, 2018: 33-34).

Sürdürülebilirlik muhasebesiyle, muhasebenin kapsamı ve rolü de büyük ölçüde genişlemiştir. Bu genişlemeyle, muhasebenin rolü; bilgi toplama, bu bilgileri sınıflandırma, kaydetmenin ötesinde sürdürülebilirlik bilgilerinin analiz edilmesi ve raporlanması olarak yeni bir şekil almıştır (Senal ve Ateş, 2012: 88). Bu durum sürdürülebilirlik muhasebesini, geleneksel muhasebeye göre, bazı bilgileri içerecek şekilde genişletmiştir. Sürdürülebilirlik muhasebesiyle genişleyen bu bilgiler, aşağıdaki şekilde ifade edilebilir (Moradzadehfard ve Moshashaei, 2011: 400-401);

- Sürdürülebilirlikle ilgili, işletmelerin politika geliştirmeleri ve bu politikaların işletmede uygulanmasını sağlamak ve sürecin takipçisi olmak,
- İşletmelerde tedarik zinciriyle ilgili sistemlerin geliştirilmesi, satın alma politikaları ve standartlarının oluşturulması, uygulanması ve denetlenmesini sağlamak,
- Güvenilir ve gerçeği yansıtan bilgiler sunarak, paydaşlar ile olan iletişimi attırmak,
- İşletmenin faaliyetleriyle uyumlu ve ilişkili, çevresel, sosyal ve gönüllü kural ve düzenlemeler oluşturmak ve bu kural ve düzenlemelerin işletmeyle bütünleşmesini sağlamak,

- Bilgi hazırlama, bilgilerin yorumlanması ve karar alma süreçlerinin desteklenmesi ve
- Çevresel ve sosyal konularla ilgili bilgileri eksiksiz ve zamanında sunabilmek için, işletme faaliyetlerinin sınırlarını belirleyen düzenleme ve kanunlarla ilgili bilinç düzeyini arttırmak.

2.3. Kurumsal Raporlama

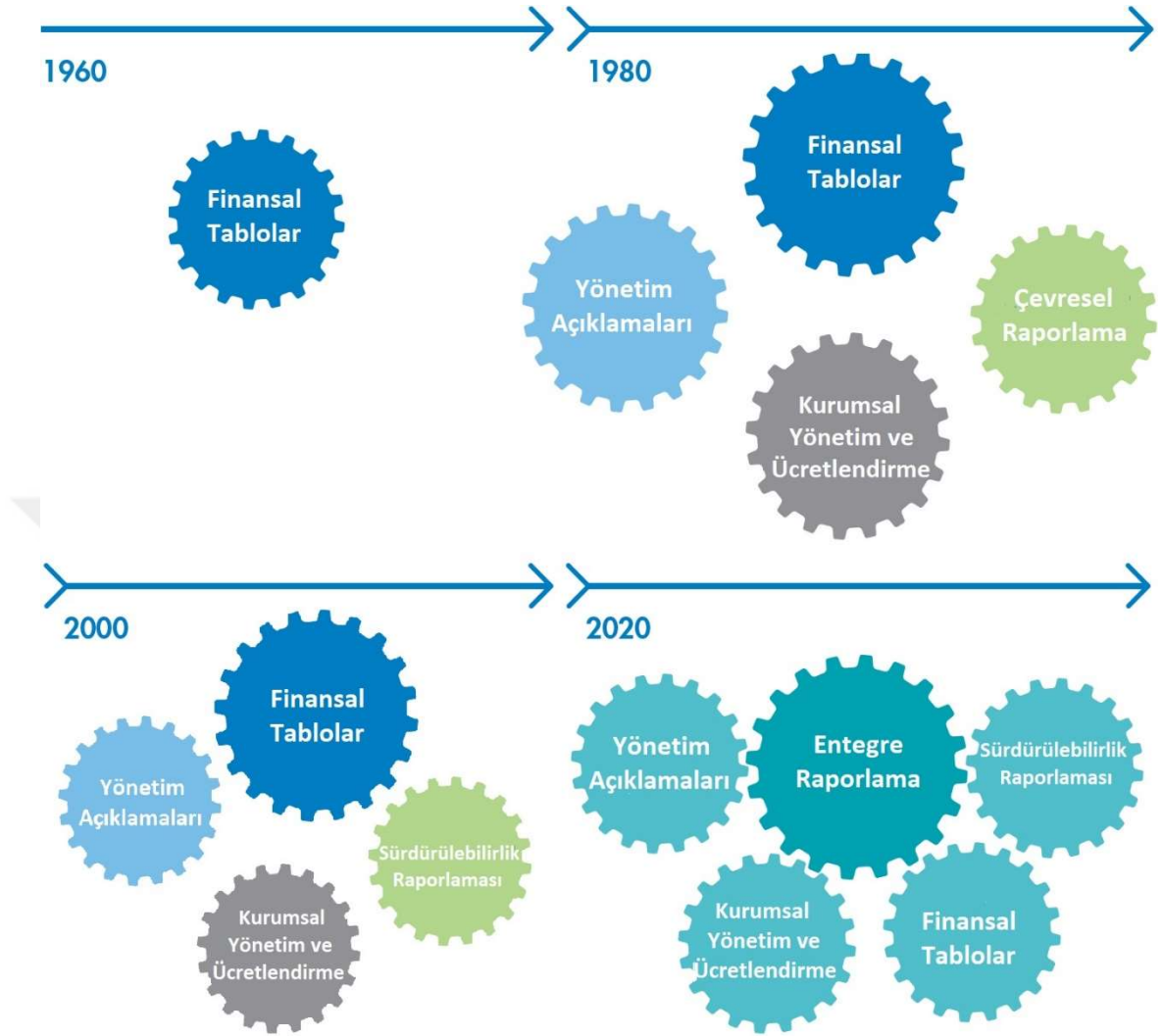
Sürekli olarak değişmekte ve gelişmekte olan iş dünyasında, işletmelerin, sadece finansal bilgilerini açıklamaları yeterli olarak kabul edilmemektedir (Tek & Gümüş, 2006: 13). Çünkü karar alma sürecinde, bir karar alıcı için, söz konusu işletme hakkında, hem finansal, hem de finansal olmayan her türlü bilgiye ulaşmak, büyük önem taşımaktadır (Aktaş, vd., 2013: 113).

Bir işletmenin finansal raporu, söz konusu işletmenin finansal performansını, faaliyet sonuçlarını ve nakit akışlarını gösterir. İşletmeler faaliyetlerini gerçekleştirirken, pek çok çevresel, sosyal ve ekonomik riskle karşı karşıya kalırlar. Bu riskler, işletmenin sürdürülebilirliğine direkt olarak etki eder. Bu gibi risklerin farkında olan yatırımcılar, işletmelerden, finansal raporlarının dışında, finansal olmayan raporlarını da sunmalarını bekler (Aras ve Sarıoğlu, 2015: 15). Ayrıca, işletmelerden, finansal olmayan raporları, sadece işletmeye yatırım yapacaklar istemez. Yatırımcılar dışında, işletmenin faaliyetlerini yürüttüğü çevrede ki tüm paydaş grupları da, bu bilgileri işletmelerden talep etmektedir.

İşletmelerin finansal bilgilerini sunmasıyla başlayan kurumsal raporlama, geçmişten günümüze gelinceye kadar birçok değişiklik geçirmiştir. Bu değişikliklerden biri olan finansal olmayan bilgilerin raporlanması (sürdürülebilirlik raporlaması), 1999 yılında başlamış, 2000'li yıllarda yaygın olarak hazırlanmaya ve kullanılmaya başlanmıştır (Karğın, vd., 2013: 31). Finansal raporlamayla başlayan gelişim süreci, zaman içerisinde büyük gelişim ve değişim geçirmiştir.

Bu gelişim ve değişim sürecini, yıllara göre, Şekil 2.5'deki gibi göstermek mümkündür (IIRC, 2012, Towards Integrated Reporting, Communicating Value in the 21st Century: 6-7);

Şekil 2.5 – Kurumsal Raporlamanın Evrimi



Kaynak: IIRC, 2012, Towards Integrated Reporting, Communicating Value in the 21st Century: 6-7.

Şekil 2.5'te görüldüğü üzere, 1960'lı yıllarda finansal tabloların yayınlanmasıyla kurumsal raporlama başlamıştır. Sonraki yıllarda, küreselleşme ve çevre bilincinin artmasıyla, finansal olmayan bilgilerin de raporlama sürecine dâhil edilmesi yönünde gelişmeler olmuştur (Karğın, vd., 2013: 31). 1980'li yıllarda finansal tabloların raporlanması sürecine, yönetim açıklamaları, çevresel raporlama gibi raporlama anlayışları eklenmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde, sürdürülebilirlik raporlaması en yaygın kullanılan raporlama şekli olmuştur (Onay, 2015: 235). Günümüzde ise, işletmeler finansal verileriyle beraber, finansal olmayan verilerini sunmaya başlamışlardır. Hem finansal raporların, hem de sürdürülebilirlik raporlarının birlikte sunulmasıyla da

“Entegre Raporlama” anlayışı doğmuştur. Bu anlayış, 20. yüzyılda sürdürülebilirlik raporlamasında gelinen son noktayı ifade etmektedir (Gençoğlu ve Aytaç, 2016: 52).

Kurumsal raporlamayı, finansal ve finansal olmayan bilgilerin raporlanması olmak üzere iki başlık altında incelemek mümkündür.

2.3.1. Finansal Bilgilerin Raporlanması

İşletmelerin, hayatlarını sürdürebilmelerinin ilk şartı, gerçekleştirdikleri faaliyetler sonucunda kâr elde etmeleridir. Bir işletmenin varlığını sürdürmesini sağlayacak kârı elde edebilmesi için de, rakipleriyle rekabet edebilir bir düzeyde bulunması şarttır. İşletmelerin bu gibi hedeflere ulaşabilmesi için, sürekli olarak finansal hareketlerinin kaydedilmesi, takip edilmesi, analiz edilip elde edilen bilgilerin değerlendirilmesi gerekmektedir (Altun, 2018: 36).

İşletmelerin, muhasebenin tanımı içerisinde yer alan, mali nitelikteki işlem ve olayları para ile ifade edilmiş bir şekilde kaydetme, sınıflandırma, özetleme, analiz etme ve raporlama (Acar ve Tetik, 2013: 9) sürecini doğru bir şekilde işletip, doğru çıktılar verecek, doğru ve gerçeği yansıtan belgeler sunmaları, raporlama süreci açısından oldukça önemlidir. Bu noktada, muhasebe sisteminin anlaşılabilir, güvenilir ve karşılaştırılabilir finansal bilgi sunabilmesi için, bir takım yol gösterici muhasebe ilkelerine ihtiyaç vardır. Bu ilkeler (Erdoğan vd., 2012: 9-10);

- Gelir tablosu ilkeleri
- Bilanço ilkeleri
 - Öz kaynaklara ilişkin ilkeler,
 - Yabancı kaynaklara ilişkin ilkeler,
 - Varlıklara ilişkin ilkeler olarak sınıflanmaktadır.

Muhasebenin bu ilkeleriyle, finansal tabloların kullanıcısı durumunda olan, mevcut ve/veya potansiyel yatırımcılar, yöneticiler, kredi sağlayanlar, çalışanlar, satıcılar, müşteriler, tedarikçiler, hükümetler ve genel olarak toplum, doğru ve gerçeği yansıtan raporlara ihtiyaç duyar. Bu doğrultuda, finansal raporlamanın temel amacı, bilgi talep edenlerin ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte finansal bilgilerin hazırlanarak raporlanmasıdır. Çünkü finansal bilgilerin doğru ve gereceği yansıtır bir şekilde raporlanması, karar alıcılara fayda sağlayacaktır (Çelik, 2017: 191).

Tüm bu açıklamalar ışığında, finansal bilgilerin raporlanması, finansal piyasalar ve işletme arasında bir köprü görevi görür. Bu sebeple, finansal raporların, güvenilir, şeffaf ve karşılaştırılabilir bilgi sunmaları, karar alıcıların doğru karar almalarına yardımcı olacaktır (Örerler, 2005: 6).

2.3.2. Finansal Olmayan Bilgilerin Raporlanması

Sürekli olarak değişmekte ve gelişmekte olan iş dünyasında, paydaşların bilgiye olan ihtiyaçları devamlı olarak artmaktadır. Bu ihtiyacın karşılanabilmesi amacıyla, işletmeler alternatif raporlama yöntemleri benimsemektedirler (Altun, 2018: 37).

Paydaşların, işletme hakkında bilgi edinebilmesi ve yatırımcıların söz konusu işletmenin yatırım yapılabilir olup olmadığını anlayabilmeleri için, risk analizi yapmaları gerekmektedir. Risk analizinin yapılabilmesi için, finansal bilgilerle, finansal olmayan bilgilerin bir bütün olarak ele alınması gerekmektedir. Hal böyle olunca da, finansal olmayan bilgilerin raporlanması gerekliliği ortaya çıkmış, işletmeler bu raporları bilgiye ihtiyaç duyanlar için hazırlamaya başlamışlardır (Karğın, vd., 2013: 29).

İşletmelerin paydaşlara sunduğu finansal olmayan raporlar, işletmelerin şeffaflığı, çevresel ve sosyal alandaki durumu hakkında bilgiler vermektedir. Bu bilgilere olan ihtiyacın gün geçtikçe artmasıyla, bu tür raporlara olan talep de artmaktadır.

2.3.2.1. Faaliyet Raporları

Faaliyet raporları, Türk Ticaret Kanunu ve Gümrük Ticaret Bakanlığının, 28 Ağustos 2012 tarih ve 28395 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan "Şirketlerin Yıllık Faaliyet Raporunun Asgari İçeriğinin Belirlenmesi Hakkında Yönetmeliği" ne göre düzenlenen, şirketin profili, kurumsal yapısı ve mali durumu hakkında kamuoyu ve yatırımcıları bilgilendirme amacı taşıyan yıllık raporlama kitabıdır (Civelek ve Gökçearsan, 2017: 161).

Faaliyet raporlarının tüm sermaye şirketleri tarafından düzenlenmesi zorunludur. Bu şirketler; Sermayesi Paylara Bölünmüş Komandit Şirketler, Limited Şirketler ve Anonim Şirketlerdir. Bu şirketlerin dışında, belediye, bakanlık gibi kamu kurumları da faaliyet raporları hazırlamaktadır. Bu kuruluşların faaliyet raporu düzenlemelerindeki amaç ise, strateji, şeffaflık ve vizyon ortaya koymaktır. Faaliyet raporlarının hazırlanması sürecinde bir takım ilkeler söz konusudur. Bu ilkeler şunlardır (Faaliyet Raporları Hakkında Yönetmelik, <http://www.resmigazete.gov.tr>, Erişim Tarihi:29.04.2019);

- Tam açıklama ilkesi
- Sorumluluk İlkesi
- Doğruluk ve tarafsızlık ilkesi
- Açıklık ilkesi
- Yıllık olma ilkesi
- Tutarlılık ilkesi

İşletmeler, daha önceleri, sosyal sorumlulukla, yani sürdürülebilirlikle ilgili faaliyetlerini, faaliyet raporları içerisinde yer vermekteydi. Günümüzde bu anlayış, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması, Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Entegre Raporlama gibi, raporlama çerçevelerine doğru evrilmiştir (Altun, 2018: 38).

2.3.2.2.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması

Kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması, “2.4.Küresel Raporlama Girişimi (GRI)” başlığı altında detaylı bir şekilde ele alınacağı için, bu bölümde kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının kısaca tanımı yapılacak ve konuyla ilgili genel kavramsal çerçeve çizilecektir.

Günümüzde, binlerce işletme gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ilgili raporlar hazırlamaktadırlar. Hazırlanan bu raporlarda, işletmeler, çevresel, ekonomik ve sosyal olarak yürüttükleri faaliyetlerle ilgili bilgilere yer verirler (Clikeman, 2004: 24-25).

Genel tanımıyla, kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması, işletmelerin yıllık faaliyet raporlarında veya ayrı olarak düzenlenmiş raporlarda, ekonomik, çevresel ve sosyal olarak yürüttüğü faaliyetlerle ilgili, işletme içi veya işletme dışı olabilecek paydaş gruplarına finansal ve finansal olmayan bilgilerin sunulduğu raporlardır (Thompson ve Zakaria, 2004). Günümüzde çok uluslu işletmelerin büyük bir bölümü, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle toplumun refahını arttırmayı amaçlamaktadır. Bu durum, toplumun sürdürülebilir kalkınmasına destek vermektedir. Bu nedenle, kurumsal sosyal sorumluluk raporlarına aynı zamanda sürdürülebilirlik raporları da denmektedir (Özkoç vd., 2005: 144). Kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının ortaya çıkmasında, toplumun finansal raporlarla beraber, işletmelerden, sosyal ve çevresel raporlar

sunmalarını beklmeleri etkili olmuştur. Bu talep sonucunda işletmeler, ekonomik, çevresel ve sosyal faaliyetlerini ihtiyaç duyanlara sunmaya başlamışlardır. 1990'lı yıllarda ortaya çıkan bu raporlama anlayışı, günümüzün sosyal raporlama anlayışını oluşturmaktadır (Angay, 2007: 151-152).

Bu raporlama anlayışıyla ilgili olarak, sosyal sorumluluk raporlaması için 1997 yılında bir raporlama çerçevesi rehber olarak yayınlanmıştır. Global Reporting Initiative(GRI) olarak isimlendirilen bu rehberin uygulamaları gönüllülük anlayışına dayanmaktadır. İşletmelerin, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarını raporlamak amacıyla kullanılmaktadır (Yanık ve Türker, 2012: 300). Söz konusu düzenleme (GRI), çalışmanın ilerleyen bölümlerinde detaylı olarak ele alınacaktır.

2.3.2.2.1.İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması Hazırlama veya Hazırlamama Nedenleri

İşletmeleri sosyal sorumluluk raporlaması yapmaya teşvik eden bazı teoriler vardır. Bu teoriler şunlardır (Başar ve Başar, 2016: 216);

1. Mesruluk Teorisi: İşletmelerin sosyal ve çevresel konularda raporlama yapmasının, işletme menfaat sahiplerinin algılarını değiştirdiğine ve bu sebeple bu tür raporların yapılması gerektiğine vurgu yapar.

2. Kararın Faydalığı Teorisi: Paydaş gruplarının finansal ve diğer işletme raporlarından ayrı, çevresel ve sosyal sorumluluk raporlarına ihtiyaç duyduklarını ve bu sebeple bu tür raporların açıklanması gerektiğini varsayar.

3. Şirket Pazarlama ve İletişim Teorisi: Bu teoride, işletmeler için marka imajının önemli bir varlık olduğundan ve bu sebeple marka imajını arttıracak ve koruyacak olan sosyal sorumluluk raporlarının yapılması gerektiği vurgulanır.

Günümüzde, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk raporları yayınlamalarının birçok sebebi vardır. Bu sebepleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Kolk, 2004: 54);

- Belirli hedeflere doğru gelişimi izleme kabiliyeti kazandırması,
- Çevresel stratejilerin uygulanmasını kolaylaştırması,
- Bütün olarak işletmenin çevresel konularda ki farkındalığını genişletmesi,
- İçsel ve dışsal olarak işletme mesajını açıkça iletme kabiliyeti,
- Bu raporlarla, işletmelerin elde ettiği şeffaflık sayesinde kredi değerliliğini arttırması,

- Maliyet tasarrufu, verimlilik artışı, çalışan moralini arttırma, işletme itibarı ve iş imkânlarını arttırmak.

İşletmelerin bu raporlar sayesinde elde edeceğini düşündüğü faydalar yukarıda açıklananlar gibiyken, bu raporları hazırlamayan işletmelerin, sosyal sorumluluk raporu hazırlamama nedenleri ise şunlardır (Kolk, 2004: 54);

- İşletmeye getireceği avantajlar hakkında şüphe duyulması,
- Rakiplerin de raporlama yapmaması,
- Müşteriler (ve genel olarak toplum) bu raporlarla ilgilenmez, bu sebeple satışları arttırmaz inancı,
- İşletmenin çevresel olarak iyi bir itibarının olmaması,
- Çevresel konularla ilgili iletişime geçilebilecek, mevcut birçok başka yöntemin var olması,
- Çok maliyetli olması,
- Tüm faaliyetlerden sürekli bilgi toplamanın ve doğru göstergeleri seçmenin zor olması,
- İşletmenin itibarına zarar verebilecek, yasal etkileri veya “uyuyan köpekleri (çevre kuruluşları gibi)” harekete geçireceği düşüncesi.

2.3.2.2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasının İşletmelere Sağladığı

Faydalar

İşletmelerin sosyal sorumluluklarının bilincinde olmaları ve bu doğrultuda sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmeleri, söz konusu işletmelere birçok avantaj sağlamaktadır. Elde edilecek avantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Clikeman, 2004: 24);

- Paydaş gruplarıyla iletişime geçmek ve görüşmek için sağlam bir temel oluşturur,
- Paydaşların (yatırımcılar, toplum, hükümet vb. gibi) hedeflediği bilgilere ulaşmalarını sağlar, böylece kurumsal fark edilmeyi arttırır ve işletmenin şeffaf olduğunu göstermede yardımcı olur,
- İşletmenin itibar oluşturmaya yardım eder, ki bu da uzun dönemde marka değeri, müşteri sadakati ve pazar payının artmasına katkı sağlar,
- Çevresel ve sosyal risklerin daha iyi izlenmesi için, yönetim sistemlerinin uygulanmasını teşvik eder ve kolaylaştırır,

- Çevresel ve sosyal konularla ilgili, işletmenin değeri ve ilkelerini göstermede işletmeye yardım eder,
- Uzun dönemli tahmin yapabilen sabırlı paydaşların ilgisini çekmede yardımcı olur ve yatırımcılar ve kredi sağlayıcılarından daha düşük riskli kredi elde etmeye yardım eder.

2.3.2.2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu Hazırlanırken Yaşanan Sorunlar

Kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının, işletmelere getirdiği birçok faydanın yanında, bu raporların hazırlanması sırasında yaşanan bir takım zorluklar da mevcuttur.

Kurumsal sosyal sorumluluk (sürdürülebilirlik) raporları hazırlanmasında yaşanan sorunlar, daha çok gelişmekte olan ülkelerde görülmektedir. Bunun sebebi, gelişmekte olan ülkelerde yapılacak raporlamayla ilgili araştırmalar ve kavramsal çerçevenin tam olarak oturmamış olmasıdır (Başar ve Başar, 2016: 217). Bu bağlamda, raporlamayla ilgili yaşanan bir takım sorunlar şu şekilde açıklanabilir (Shiraz, 1998);

- Çevresel ve sosyal konuların yıllık faaliyet raporlarında yer verilmesiyle ilgili düzenlemelerin eksikliği,
- Raporlamanın yapılabilmesi için gerekli düzenlemeler varsa, bu düzenlemelere uymayan işletmelere gerekli cezaların verilmesini sağlayacak yaptırım gücünün eksikliği,
- Raporlamayla ilgili nitelikli muhasebecilerin olmayışı,
- Raporların hazırlanmasında yaşanan ek maliyetler.

2.3.2.2.4. Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması

Ülkemizde, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğa bakış açılarının nasıl olduğuyla ilgili, 2002 yılında Johannesburg’da yapılan, “Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Zirvesi (The World Business Council for Sustainable Development)”nde, Türkiye’nin raporlamadaki durumu açıklanmıştır.

Bu açıklamaya göre; ülkemizde, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğunun, işletme içi ve işletme dışı şeklinde ikiye ayrıldığı belirtilmiştir. Burada bahsi geçen temel konular şunlardır (Özkoç vd., 2005: 135);

- Yasal, toplumsal ve çevresel değerlere duyarlı olmak,

- Bilgi alışverişine açık olmak, üretimden, satış sonrasına kadar yürütülen faaliyetlerde, çevre ve toplumsal değerlerin korunmasına dikkat etmek,
- Hesap verebilirlik ve şeffaflık ilkelerini benimsemek ve faaliyetlerini bu doğrultuda gerçekleştirmek,
- Bölgesel ve çevresel sorunların çözümünde aktif rol almak ve çözüme katkıda bulunmak,
- Hizmet alımı ve istihdam gibi, işletmenin içsel ve dışsal ilişkilerinde tutarlı ve aynı davranış biçimlerini benimsemek

Bahsedilen bu ilkelerin, ülkemizdeki yasal gereklilikler ve sendikaların denetleyici mekanizmaları sayesinde, çevre ve toplumsal değer konusunda toplumun bilinç düzeyindeki artışın da etkisiyle, zaman içinde geliştiği söylenebilir. Fakat tüm bunlara rağmen, ülkemizde sosyal sorumluluk raporlamasıyla ilgili yasal düzenleme ve yaptırım mevcut değildir. Ancak Sermaye Piyasası Kurulu, 4 Temmuz 2003 tarihinde, “Kurumsal Yönetim İlkeleri” açıklamış ve bu ilkelerle işletmelerin daha etkin ve şeffaf yönetim ve raporlama anlayışı benimsemelerini hedeflemiştir (Başar ve Başar, 2016: 219).

Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği’nde sosyal sorumluluk kavramı, “muhasebenin organizasyonunda, muhasebe uygulamalarının yürütülmesinde, mali tabloların düzenlenmesi ve sunulmasında, belli kişi veya grupların değil; tüm toplumun çıkarlarının gözetilmesi, dolayısı ile bilgi üretiminde gerçeğe uygun, tarafsız ve dürüst davranılması” gerektiği ifade edilmiştir. Buradan anlaşılan, işletmelerin paydaşlarına karşı sosyal sorumluluk kavramı gereğince, sürekli olarak bilgi vermekle yükümlü olmalarıdır.

Yine benzer şekilde, 1 No lu Finansal Tabloların Sunuluşuna İlişkin Türkiye Muhasebe Standardının 12. Maddesinde, “kullanıcıların işletme, ekonomik faaliyetler ve muhasebeyle ilgili yeterli bilgiye sahip oldukları ve bilgileri makul bir süreklilikle izlemeye arzulu olduklarının varsayıldığı” vurgulanmaktadır. Bu nedenle, “değerlendirmede, bu özelliklerdeki kullanıcıların ekonomik kararlar alırken nasıl etkileneceklerinin de dikkate alınması gerekir” ifadesi yer almaktadır. Buradan da anlaşıldığı üzere, bilgiye ihtiyaç duyanların karar alma sürecinde doğru ve güvenilir bilgi elde etmeleri hedeflenmektedir. Bu hedef, ülkemizde sosyal sorumluluk raporlamasının uygulanabilmesinin temeli olarak görülür (Başar ve Başar, 2016: 219).

2.3.2.3. Sürdürülebilirlik Raporlaması

“Sürdürülebilirlik Raporlaması, şirketlerin günlük faaliyetlerinin ekonomik, çevresel ve sosyal etkilerini anlattıkları raporlardır” (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 33).

Sürdürülebilirlik raporlamasının evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımı yoktur. Ancak GRI'e göre sürdürülebilirlik raporlaması şu şekilde tanımlanmaktadır; *"Sürdürülebilirlik raporlaması kuruluşlara sürdürülebilir bir küresel ekonomi yönünde hedef belirlemede, performansın ölçümünde ve değişikliğin yönetiminde yardımcı olan, uzun vadeli kârlılığı sosyal sorumluluk ve çevreye özenle birleştiren bir süreçtir. Sürdürülebilirlik raporlaması —temel olarak fakat bununla sınırlı kalmamak kaydıyla sürdürülebilirlik raporu vasıtasıyla kuruluşun ekonomik, çevresel sosyal ve yönetsel performansının iletilmesinin, olumlu ve olumsuz etkilerin yansıtılmasının kilit platformudur"* (GRI G4, 2013: 85).

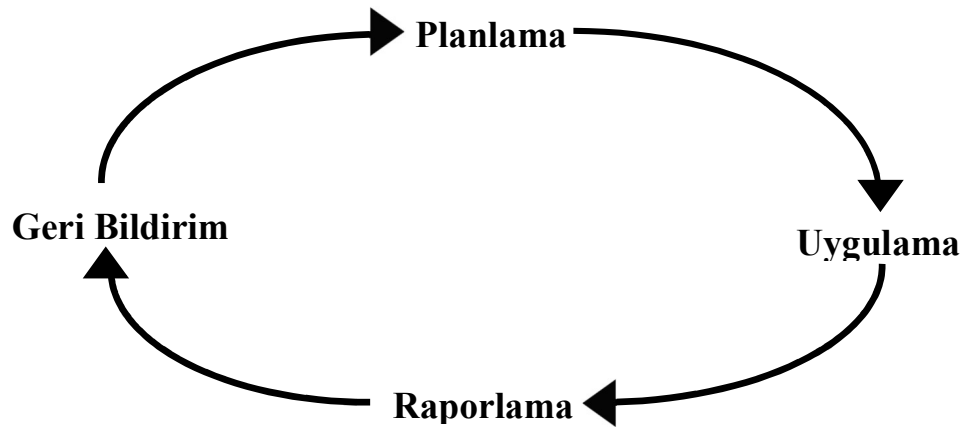
Günümüzde, işletmeler periyodik olarak sürdürülebilirlik faaliyetlerini açıkladıkları raporlar yayınlamaktadırlar. İşletmeler finansal raporlarından ayrı sosyal, ekonomik ve çevresel faaliyetlerini sürdürülebilirlik raporlarıyla açıklamaktadırlar. Bu raporlar sayesinde işletmeler paydaşlarına karşı şeffaf olma ve hesap verebilirlik görevlerini de yerine getirmiş olmaktadır (Başar, 2014: 60). İşletmelerin sürdürülebilirlik raporları hazırlamalarında ki en büyük neden, paydaşlarına karşı işletmelerinin tüm yönleriyle doğru bir şekilde değerlendirilmesini istemeleridir. Bu doğrultuda işletmeler bu raporları düzenleyerek, paydaşlarına işletmesi hakkında doğru ve gerçek değerlendirme (işletmeler bu raporları düzenlerken gerçeği ve doğruları eksiksiz bir şekilde hazırlamaları şartıyla) yapabilme imkânı sunmuş olurlar (Gao, 2011: 265).

Bir işletmenin sürdürülebilir olarak tanımlanabilmesi için, sürdürülebilirliğin kurumun tüm stratejileri ve süreçleri içine dâhil edilmesi gerekir (Gao ve Zhang, 2006: 722). Bu noktadan hareket ederek, sürdürülebilirliği işletme stratejilerine ve süreçlerine dâhil eden işletmelerin sayısı her geçen gün artmakta, bu durumda sürdürülebilirlik raporlarının düzenlenme oranını arttırmaktadır. İşletmeler bu raporları düzenlerken, kendi seçimlerine göre, sürdürülebilirlik faaliyetlerini ya faaliyet raporları içerisinde, yâda faaliyet raporlarının dışında ayrı olarak sürdürülebilirlik raporları düzenlemekte ve bu

raporları paydaşlarına sunmaktadırlar. İşletmelerin sürdürülebilirlik raporları hazırlarken, belli standartlar ışığında bunları hazırlamaları amacıyla belirli raporlama çerçeveleri ve standartları ortaya çıkmıştır. İşletmeler bu standartlar içerisinde sürdürülebilirlik raporlarını hazırlarlar (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 33).

Sürdürülebilirlik raporları hazırlanırken bazı aşamaların takip edilmesi gerekmektedir. Bu aşamalar Şekil 2.6’da ifade edilmiştir (Uyar, 2015: 128);

Şekil 2.6 - Sürdürülebilirlik Raporlamasının Hazırlanma Aşamaları



Kaynak: Uyar, 2015: 128

- Planlama: Hazırlanacak sürdürülebilirlik raporunun kapsamının, boyutlarının ve göstergelerinin belirlenmesi aşamasıdır.
- Uygulama: Planlama sürecinde belirlenen bilgilerin toplanması, raporun hazırlanması ve üst yönetimden gerekli onaylar alındıktan sonra nihai şeklin verilmesi gibi, bir takım işlemleri kapsar.
- Raporlama: Hazırlanan sürdürülebilirlik raporlarının, paydaşlara iletilmesi aşamasıdır.
- Geri bildirim: Raporun sunulmasından sonra paydaşlardan geri bildirim alınması ve gelecek dönemlerde hazırlanacak raporlar için fikir edinilmesidir (Uyar, 2015: 128).

İşletmeler sürdürülebilirlik raporlarını hazırlarken, bu raporları sadece paydaşlarına hesap verme aracı olarak görmemelidirler. Çünkü, bu raporlar işletmelerin finansal ve finansal olmayan faaliyetleri arasında bir bağlantı kurar. Bu nedenlerle günümüzde, işletmelerin faaliyetlerinde sürdürülebilirliğe yer vermesi ve sürdürülebilirlik raporlaması yapması çok önemli bir hale gelmiştir.

2.3.2.3.1.Sürdürülebilirlik Raporlamasının Unsurları

Sürdürülebilirlik raporlaması, ekonomik, çevresel ve toplumsal performans olmak üzere üç temel unsura dayanmaktadır. Bunları kısaca şu şekilde açıklayabiliriz (Uyar, 2015: 128-129);

- *Ekonomik performans*, işletmelerin bulunduğu topluma yaptığı ekonomik katkıyı değerlendirmektedir. Ekonomik büyümeye katkı, istihdam oluşturma gibi konular, ekonomik performans göstergelerinden sadece birkaçıdır.
- *Çevresel performansta*, doğal kaynakların tüketimi, enerji kaynaklarının kullanımı, atık yönetimi gibi çevresel konular değerlendirme kapsamı içerisine alınmaktadır.
- *Toplumsal performans* içerisinde ise, insan kaynakları ve topluma yapılan katkılarla ilgili bilgiler açıklanır. Çalışan hakları, istihdam politikaları, iş sağlığı ve güvenliği, eğitim gibi konular bunlardan bazılarıdır.

2.3.2.3.2. Sürdürülebilirlik Raporlamasının Ortaya Çıkmasına Neden Olan Kavramlar ve Tarihsel Gelişimi

19.yüzyılda ortaya çıkan finansal bilgilerin raporlanması anlayışı, sadece işletmelerin finansal performansları ile ilgili bilgilere yer verdiği raporlardan oluşmaktaydı. Küresel olarak yaşanan gelişmeler, işletmelerin paydaşları için sunduğu bu raporların kapsamını da genişletmiştir. İlerleyen yıllarda toplum yapısında gerçekleşen değişimler, sosyal adalet ve eşitlik gibi kavramların gelişmesiyle, bu raporlar içerisinde sosyal konulara da yer verilmeye başlanmıştır (Schaltegger ve Burritt, 2006:263).

Sürdürülebilirlik raporlaması, tam anlamıyla gelişmeden önce, bu anlayışla benzer nitelik taşıyan uygulamalar olmuştur. Bu anlayışlardan ilki, sosyal raporlama anlayışıdır. Sosyal raporlamayla; istihdam, toplumsal ilişkiler, etik politikalar gibi konular ele alınmıştır (Ranganathan, 1998: 5). 1980-1990'lı yıllara gelindiğinde, bu raporlama anlayışı yerini çevresel raporlamaya bırakmıştır. Çevresel raporlama anlayışının ortaya çıkmasında ise, bu dönemde yaşanan doğal afetler, felaketler ve iklim değişikliği gibi sorunlar etkili olmuştur. Bu gibi sorunların ortaya çıkmasıyla, işletmelerin çevresiyle olan etkileşimini değerlendirmek amacıyla, çevresel raporlar sunmaları gerekli görülmeye başlanmıştır (Schaltegger ve Herzig, 2006: 312).

2000'li yıllara gelindiğinde, işletmelerin sosyal ve çevresel performanslarının sunulduğu "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması" ortaya çıkmıştır. İlerleyen yıllarda, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması anlayışı daha da genişletilerek, "Sürdürülebilirlik Raporlaması" anlayışı ortaya çıkmıştır (Aksoy, 2013: 29). Sürdürülebilirlik Raporlamasında, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasının unsurları dışında, işletmelerin sosyal ve çevresel performanslarının, ekonomik performansa etkileri veya ekonomik performanstan hangi ölçüde etkilendiklerine de yer verilmektedir (Gray ve Milne, 2004: 75-76).

Artık, günümüzde işletmelerin sadece finansal verilerini açıklamaları yeterli görülmemekte, sosyal konularla ilgili açıklamalar yapmaları tüm paydaşlar tarafından talep edilmektedir. Bu talep, işletmeleri sürdürülebilirlik raporlaması yapmaya itmektedir. Bunun yanında, işletmeleri sürdürülebilirlik raporlaması yapmaya iten başka bir durumda, işletmelerin içerisinde bulunduğu topluma karşı sorumluluklarını yerine getirme gerekliliğidir (Gao, 2011). İşletmelerin, yatırımcıları ve ortaklarına karşı sorumluluğu, bu raporların ortaya çıkmasıyla, işletmeleri toplumuna karşı sorumlu hale getirmiştir.

2.3.2.3.3. Sürdürülebilirlik Raporlamasının Sağlayacağı Faydalar ve İşletmeler Tarafından Sürdürülebilirlik Raporlamasının Tercih Edilme ve Edilmeme Nedenleri

Sürdürülebilirlik raporlamasının işletmelere getireceği pek çok fayda vardır. Bu faydaları sıralayacak olursak, sürdürülebilirlik raporlamasıyla (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 33; Başar, 2014:60);

- İşletmeler paydaşlarına karşı şeffaf olma ve hesap verebilirlik sorumluluğunu yerine getirirler,
- Paydaş grupları işletme hakkında doğru ve gerçeği gösteren finansal olmayan veriler elde ederler,
- İşletmeler sürdürülebilirlik raporlarıyla eksi ve artı yönlerini tespit ederek, geliştirme imkânına sahip olurlar,
- Sürdürülebilirlik raporlarıyla, işletmeler odaklanması gereken faaliyetlere odaklanma ve bu faaliyetler sonucunda ortaya çıkabilecek muhtemel riskleri ve fırsatları görme imkânına kavuşurlar,

- İş dünyasında işletmelerin konumlarını güçlendirir ve işletmelerin marka imajına katkıda bulunur,
- Marka bağlılığını artırır,
- Aynı sektörde faaliyet gösteren işletmelerin, birbirleriyle faaliyetlerini karşılaştırma imkânı sunar,
- İşletmeler, sürdürülebilirlik raporlarıyla, uzun vadeli plan yapma ve strateji geliştirme imkânı elde ederler.

İşletmeler sürdürülebilirlik raporlamasıyla elde edeceği faydaya göre, sürdürülebilirlik raporlamasını tercih edebilir veya tercih etmeye bilirler. İşletmelerin, sürdürülebilirlik raporlamasını tercih etme veya etmeme nedenlerini şu şekilde ifade edebiliriz;

- ❖ İşletmelerin sürdürülebilirlik raporlaması yapma nedenleri (UNEP, 2013: 11);
 - Yasalar ve mevzuat tarafından duyulan gereksinimler,
 - Menkul kıymetler borsasında işlem görmenin getirdiği zorunlu gereksinimler,
 - Gönüllü menkul kıymetler borsası rehberleri,
 - Paydaşlar tarafından bilgiye duyulan ihtiyaç ve bu bilgilerin işletmelerden talep edilmesi,
 - Şeffaflık ve hesap verebilirliği destekleyen ve sürdürülebilir gelişmeyi yönlendiren organizasyonlar (BM, OECD vb.),
 - Erişilebilir kılavuz ve çerçeveler,
 - Sürdürülebilirlik raporlamanın sağlayacağı faydalar,
 - Pazarlama ve iletişim aracı olarak paydaşlara sürdürülebilirlik yönetimini göstermek ve şirkete güveni artırmak,
 - Şirketin sürdürülebilirliğe bağlılığını göstermek,
 - Hedefler koyma ve konulan hedeflere ulaşmanın değerlendirilmesi,
- ❖ İşletmelerin sürdürülebilirlik raporu hazırlamama nedenleri (UNEP, 2013:11-15; Kolk, 2004: 54; Stubbs, vd., 2013):
 - İşletmeye getireceği avantajlar hakkında şüphe duyulması,
 - Rakiplerin de raporlama yapmamaları,
 - Müşteriler ve toplumun ilgi duymaması,
 - Müşteriler (ve genel olarak toplum) bu raporlarla ilgilenmez, bu sebeple satışlar arttırmaz inancı,

- İşletmenin çevresel olarak iyi bir itibarının olmaması,
- Çevresel konularla ilgili iletişime geçilebilecek, mevcut birçok başka yöntemin var olması,
- Raporlamanın çok maliyetli olması,
- Tüm faaliyetlerden sürekli bilgi toplamanın ve doğru göstergeleri seçmenin zor olması,
- İşletmenin itibarına zarar verebilecek, yasal etkileri veya "uyuyan köpekleri" (çevre kuruluşları gibi) uyandıracak düşüncesi.
- Dış paydaş baskısının olmayışı,
- Sürdürülebilirlik raporlaması için ihtiyaç duyulan kaynağın yetersizliği,
- Raporun zorunlu değil gönüllü olarak yapılması,
- İşletmenin yapısal ve kültürel olarak sürdürülebilirlik raporlaması için uygun olmaması.

2.3.2.3.4. Sürdürülebilirlik Konusunda Yol Gösterici Kurumlar ve Raporlama Standartları

Sürdürülebilirlikle ilgili çalışmalar yürüten veya çalışma yapmayı hedefleyen işletmelerin, ilk olarak faaliyet alanları içerisindeki önceliklerini belirlemesi gerekmektedir. Sürdürülebilirlik faaliyetleri yapacak işletmelerin, içerisinde bulunduğu ülkenin/bölgenin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurması şarttır. Çünkü yapılacak sürdürülebilirlik faaliyetlerinden elde edilecek fayda ve başarı, bu ihtiyaçlar doğrultusunda artacaktır (Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, 2016: 21).

Bu doğrultuda sürdürülebilirlikte başarı elde etmek ve doğru politikalar izlemek isteyen işletmeler için, birçok yol gösterici kurum ve inisiyatif ortaya çıkmıştır. Bu kurum ve inisiyatiflerin temel amacı, sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili ortak bir dil oluşturmak ve sürdürülebilirlik konusunda daha fazla çalışmayı teşvik etmektir. Bu kurum ve uygulamalar aşağıda özetlenmiştir.

- ❖ GRI (Global Reporting Initiative – Küresel Raporlama Girişimi): GRI, CERES ve UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı) tarafından 1997’de çok paydaşlı bir Sivil Toplum Kuruluşu olarak Amerika Birleşik Devletlerinde kurulmuştur (Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, 2016: 21). Sorumluluk raporlaması konusunda dünya çapında en yaygın olarak kabul edilmiş kurum ve

inisiyatifidir. İşletmelerin sürdürülebilirlik raporlarını oluşturabilmeleri için rehberlik eden, uluslararası bir kuruluştur. İşletmelerin ekonomik, çevresel ve sosyal performanslarıyla ilgili standartları belirler (Önce vd., 2015: 237). Çalışmanın ilerleyen bölümünde GRI detaylı olarak ele alınacağı için, burada kısaca değinilmiştir.

- ❖ AA1000APS Hesap Verebilirlik Prensipleri Standardı (Account Ability Principles Standard): 1996 yılında Toplumsal ve Etik Mesuliyet Enstitüsü tarafından kurulan AccountAbility, sürdürülebilir kalkınmada sorumluluk anlayışını geliştirmeyi (AccountAbility, <https://www.accountability.org/about-us/about-accountability/>, Erişim Tarihi: 26.04.2019), ve dünya çapında kabul edilen küresel raporlama ilkeleri oluşturmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda işletmelerin sürdürülebilirlik düzeylerini belirleyip, değerlendirmeyi amaçlamaktadır. AA1000APS Hesap Verebilirlik Prensipleri Standardı, 1999 yılında oluşturulmuştur ve işletmelerin ahlaki ve sosyal açıdan hesap verebilirlikleri konusunda raporlama ilkelerinden oluşmaktadır. İşletmelerin faaliyetlerinde planlama, uygulama, raporlama ve denetim süreçlerinde paydaşlarla etkileşim içinde bulunulması gerektiğini vurgular (Önce, vd., 2015: 237).
- ❖ OECD Çokuluslu İşletmeler Rehberi (The OECD Guidelines for Multinational Enterprises): Bu rehber, uluslararası alanda faaliyette bulunan çokuluslu işletmeler için OECD ülkeleri tarafından hazırlanan tavsiyelerden oluşmaktadır (Aksoy, 2013: 44-45). Rehberde çalışan hakları, insan hakları, rekabet, çevre, işletme ile ilgili bilgilendirme, tüketici hakları, rüşvetle mücadele, bilim ve teknoloji, vergilendirme gibi konularda çok uluslu işletmelere tavsiyeler ve öneriler yapılmaktadır (Yamak, 2007: 142). Bu tavsiyelerin hazırlanmasında ki amaç, çok uluslu işletmelerin faaliyette bulunduğu hükümetlerle, karşılıklı olarak uyum, anlayış ve güveni temin etmek ve bu yolla çok uluslu işletmelerin sürdürülebilir kalkınmaya olan katkılarını arttırmak anlayışı yatmaktadır (Önce, vd., 2015: 238). Rehberde yer alan ilkeler gönüllülük esasına dayanmasına rağmen, üye ülkeler üzerinde bağlayıcılığı bulunmaktadır (Yamak, 2007: 142-143).

- ❖ IFC Performans Standartları (IFC Performance Standards): Bu standart, işletmelerin, çevresel ve sosyal değerlendirmede risklerin yönetilmesi amacıyla oluşturulmuştur (Önce, vd., 2015: 238). Standartların ilki 2006 yılında, sonuncusu ise 2012 yılının ocak ayında yayınlanmıştır. Rehberin içeriğinde 8 tane çevresel ve sosyal performans standardından söz edilmektedir. Bu standartlar şunlardır (IFC Performance Standards on Environmental and Social Sustainability, 2012: 2);
 1. Çevresel ve sosyal Risklerin ve Etkilerin Değerlendirilmesi ve Yönetilmesi
 2. Kirliliğin Önlenmesi ve Kaynak Verimliliği
 3. İşgücü ve Çalışma Koşulları
 4. Toplum Güvenliği ve Sağlığı
 5. Toprak Edinimi ve Zorunlu Yeniden Yerleşim
 6. Biyoçeşitliliğin Korunması ve Canlı Doğal Kaynakların Sürdürülebilir Yönetimi
 7. Yerli Halklar
 8. Kültürel Miras
- ❖ Karbon Saydamlık Projesi (Carbon Disclosure Project - CDP): Bu raporlamada ormanlara verilen zarar, su kullanımı, iklim değişikliği ve tedarik zincirlerinin çevresel riskleri gibi konular ele alınır (Önce, vd., 2015: 238). İşletmelerin çevresel performanslarının ölçülmesi, yönetilmesi ve paylaşılabilmesine imkân veren bir raporlama standardıdır (Borsa İstanbul, 2014, 36).
- ❖ Uluslararası Standartlar Örgütü ISO 26000 Standartı: Bu standart ilki 1998 yılında yayınlanan SA 8000 standardı olarak da tanınmaktadır. ISO 26000 Kasım 2010'da yayınlanmıştır (Borsa İstanbul, 2014, 36). Kurumsal sürdürülebilirlikle ilgili yol gösteren bir rehberdir. Başta işletmeler, kamu kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve diğer kuruluşların faydalanabileceği bir rehber niteliğindedir. Sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen sosyal sorumluluk kavramlarının tamamlayıcısı olmuştur (Önce, vd., 2015: 238). ISO 26000 Sosyal Sorumluluk Kılavuzu, gönüllülük esasına dayanan bir raporlama standardıdır. Tüm kurum ve kuruluşlara şeffaflık, hesap verilebilirlik gibi konularda yardımcı olmaktadır (Hoştut, 2015: 131-132).

❖ UNGC (UN Global Compact - Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi): Küresel İlkeler Sözleşmesi Projesi BM tarafından 2000 yılında hayata geçirilmiş olan, insan hakları, çalışma koşulları, çevre koruma ve yolsuzlukla mücadele gibi 10 temel ilkedен oluşan bir sözleşmedir. Bu sözleşme, kurumlar hakkında herhangi bir değerlendirmede bulunmaz, onlardan faaliyetlerinde kalite ve dürüstlük anlayışını ön planda tutmalarını bu amaçla, şeffaf bir şekilde gerçekleştirilen faaliyetlerin paydaşlarla paylaşılmasını talep ve teşvik eder (Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, 2016: 22-23). Global Compact tarafından belirlenen 10 ilke şunlardan oluşmaktadır (www.unglobalcompact.org, Erişim Tarihi:27.04.2019):

1. İş dünyası, insan hakları ihlallerine fırsat tanımamalı,
2. İş dünyası uluslararası düzeyde ilan edilmiş ve kabul edilmiş insan haklarına destek olmalı ve saygı göstermeli,
3. İş dünyası, her türlü zorla ve zorunlu işçi çalıştırılmasını engellemeli,
4. İş dünyası çalışanların sendikalaşma özgürlüğünü desteklemeli ve toplu müzakere hakkını etkin biçimde tanımalı,
5. İş dünyası, işe alım ve çalışma süreçlerinde ayrımcılığın önüne geçmeli,
6. İş dünyası, çocuk işçi çalıştırılmasının önüne geçmeli,
7. İş dünyası çevreye yönelik sorumluluğu artıracak her türlü faaliyeti ve oluşumu desteklemeli,
8. İş dünyası çevre sorunlarını önleyici ve çevreyi koruyucu yaklaşımları desteklemeli,
9. İş dünyası rüşvet ve haraç dâhil her türlü yolsuzlukla mücadele etmeli,
10. İş dünyası çevre dostu teknolojilerin gelişmesini ve yaygınlaşmasını desteklemelidir.

2.3.2.4. Entegre Raporlama

Entegre raporlama, kurumun yönetimi, stratejisi ve finansal performansı ile faaliyet gösterdiği alandaki ekonomik, çevresel ve sosyal faktörler arasındaki bağlantıyı tanımlar. İşletmelerin finansal verileriyle beraber finansal olmayan verilerinin birlikte sunulduğu raporlardır (Gençoğlu ve Aytaç, 2016: 52).

IIRC'ye göre entegre raporlama, “Bir kuruluşun içinde yer aldığı dış çevre bağlamında stratejisi, yönetimi, performansı ve gelecekte beklenenlerinin kısa, orta ve uzun vadede nasıl değer yarattığının kısa ve öz bir iletişimidir” (IIRC, 2012: 6-7). Bu raporlama standardı ilk olarak 2013 yılında yayınlanmış olup, 2014 yılı içinde de Türkçe versiyonu yayınlanmıştır (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 35). İşletmeler entegre raporlamayla ekonomik, sosyal ve çevresel bağlantılar kurarlar. Bu durum işletmelerin sadece geçmiş performanslarını değil, gelecek performansları hakkında da fikir edinme imkânı sunmaktadır. Entegre raporlama, işletmelerin finansal ve finansal olmayan fırsatlarını, risklerini ve performansını analiz eder (Aras ve Sarıoğlu, 2015: 43). Ayrıca, diğer raporlardan bağımsız olarak hazırlanabileceği gibi, başka bir raporun içerisine de dâhil edilebilir (IIRC, 2013).

2.4. GRI (Global Reporting Initiative – Küresel Raporlama Girişimi)

Sürdürülebilirlik raporlaması konusunda dünya çapında en yaygın olarak kabul edilmiş kurum ve inisiyatiftir. İşletmelerin sürdürülebilirlik raporlarını oluşturabilmeleri için rehberlik eden uluslararası bir kuruluştur. İşletmelerin ekonomik, çevresel ve sosyal performanslarıyla ilgili standartları belirler (Once vd., 2015: 237).

GRI, CERES ve UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı) tarafından 1997’de çok paydaşlı bir Sivil Toplum Kuruluşu olarak Amerika Birleşik Devletlerinde kurulmuştur. 2002 yılında bugünkü GRI Sekreteryasının bulunduğu yer olan Amsterdam’a taşınmıştır (Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, 2016: 21). Yine aynı yılda bağımsız bir oluşum haline almış ve küresel raporlama konusunda genel ilkeleri belirlemeyi kendine amaç edinmiştir. Sürdürülebilirlikle ilgili oluşturduğu kılavuzu, kısa sürede başvuru kitabı haline gelmiştir (Yamak, 2007: 146). Kılavuzda yer alan ilkeler, işletmeler tarafından tamamen gönüllülük esasına dayanmakta ve herhangi bir bağlayıcılığı bulunmamaktadır. İşletmelerin faaliyetlerini, ürettikleri mal ve hizmetleri, ekonomik, çevresel ve toplumsal boyutlarla ele alarak raporlamaları için genel ilke ve kuralları belirlemektedir. Bu amaçla, işletmelerin ekonomik, sosyal ve çevresel performanslarında ki gelişmeleri izlemek, değerlendirmek ve performansları iyileştirmek gibi hedefleri bulunmaktadır (<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>, Erişim Tarihi: 24.04.2019).

GRI kurulduğu 1997 yılından günümüze kadar birçok yeni kılavuz yayınlamıştır. Yeni kılavuzlar bir önceki kılavuza göre yenilikler ve güncellemeler içermektedir.

Kuruluş, ilk kılavuzunu 2000 yılında, son kılavuzunu ise 2013 yılında yayınlamıştır (Önce vd., 2015: 238). Bu gelişim süreci Şekil 2.7’de gösterilmiştir.

Şekil 2.7 – GRI’nin Gelişim Süreci



Kaynak: Önce vd., 2015: 238

GRI tarafından 2000 yılında yayınlanan ilk rehber, G1 olarak adlandırılmıştır. G1'in yayınlanmasından bir yıl sonra, Johannesburg'da düzenlenen "Sürdürülebilir Gelişme Konferansı'nda" rehberin güncellenmesi gerektiğine karar verilmiştir. Kuruluş (GRI), bunun üzerine G2 ismiyle yeni bir rehber yayınlamıştır. 2006 yılına gelindiğinde ise, birçok ülkeden akademisyen, sanayi temsilcileri, bazı sivil toplum kuruluşları yöneticileri ve temsilcilerin ortaklaşa çalışması sonucu G3 adlı kılavuz yayınlanmıştır. G3 ilkelerin de, işletmelerin raporlarında bulunması gereken performans göstergeleri, ekonomik, sosyal ve çevresel olarak belirtilmiştir. G3 rehberinin yayınlanmasından yaklaşık 5 yıl sonra, yani 2011 yılında G3.1 isimli rehber yayınlanmıştır. Bu rehberin G3'ten en büyük farklılığı, cinsiyet, insan hakları ve toplum konularına yapılan vurgulardır. Bu gibi konular açısından G3, G2 ye göre daha genişletilmiş ve güncellenmiş ilkeler içermektedir. 2013 yılına gelindiğinde ise, günümüzde halen daha uygulanan rehber olan, G4 yayınlanmış ve 2015 yılı itibariyle uygulamaya geçilmiştir (<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>, Erişim Tarihi: 24.04.2019).

GRI ilk raporlama standardından, son raporlama standardına kadar dünyada yaygın olarak kabul gören bir standart haline gelmiştir. GRI standartları, sürdürülebilirlikle ilgili raporlama standartları yayınlayan diğer kuruluşlar arasından, N100 yani en büyük 100 şirket içerisinde, GRI raporlama standartlarını benimseyen şirketlerin oranı %78'dir (KPMG, 2013). Benzer şekilde Önce, Onay ve Yeşilcebe (2015) tarafından yürütülen çalışmada, ülkemizde ki işletmelerin küresel raporlama ilkelerini benimseme dereceleri saptanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmayı kısaca özetleyecek olursak, dünya çapında 1999-2015 yılları arasında 7.547 işletme 24.405 sürdürülebilirlik raporu yayınlamış ve bu raporların 18.743' ü GRI (Global Reporting Initiative) raporlama ilkeleriyle gerçekleştirilmiştir. Ülkemizde ise, 2005-2014 yılları arasında 72 kuruluş 181 adet sürdürülebilirlik raporu yayınlamıştır. Bu raporların 130

tanesi GRI rehberi kullanılarak yapılmıştır (Once, vd., 2015: 251). Yapılan bu çalışmadan görüldüğü üzere, dünyada ve ülkemizde, sürdürülebilirlik raporlamasında artış görülmektedir ve bu artışta en büyük paya sahip olan raporlama kuruluşunun, GRI olduğu da çok açıktır.

Yukarıda yapılan açıklamalar ışığında, sürdürülebilirlik raporlaması konusunda GRI'nin en yaygın kabul gören raporlama standardı olduğunu söylemek güç değildir. Sürdürülebilirlik raporlamasıyla ilgili, ortaya çıkmış kuruluşlar ve raporlama ilkeleri arasından, GRI'nin açık ara en çok tercih edilen sürdürülebilirlik raporlaması rehberi olmasının altında yatan birçok etken vardır. GRI'nin en çok tercih edilen sürdürülebilirlik rehberi olmasının altında yatan sebepleri şu şekilde sıralayabiliriz (Önce vd., 2015: 251; <http://www.sercomconsulting.com/grih.html>, (Erişim Tarihi: 26.04.2019));

1. Çok uluslu işletmelerin var olduğu küresel dünyamızda, büyük işletmeler dışında küçük ve orta ölçekli işletmeler için de uygulanabilir bir raporlama kılavuzu sunuyor oluşu,
2. GRI'nin, tüm sektörlerin kullanımı için uygun bir çerçeve sunması,
3. GRI rehberinin birçok farklı dile çevrilmiş olması,
4. Devlet, yatırımcılar ve diğer paydaş grupları tarafından kabul edilmiş raporlama ilkelerine sahip olması,
5. Sürdürülebilirlikle ilgili, diğer raporlama kuruluşları (UN/UNEP, Global Compact, OECD Rehberi, ISO 26000 gibi) da göz önüne alınarak GRI ilkelerinin hazırlanıyor oluşu,
6. Raporlamayla ilgili rehberde sunulan bilgilerin açık ve anlaşılır olması,
7. GRI ilkelerinin kullanım kolaylığı sunması gibi etkenler vardır.

Paul Hohnen'e göre ise; GRI'nin bu kadar yaygın bir raporlama standardı olmasında şüphesiz, sürdürülebilirlik raporlamasının üç boyutlu (ekonomik, sosyal, çevresel) olarak ele alınması ve bunlarla ilgili detaylı bilgilerin sunulması en büyük etkidir. GRI'nin en çok tercih edilen rehber olmasında ki diğer etkenler ise şunlardan oluşmaktadır (Hohnen, 2012: 5-7);

- İlk olma avantajı,
- Paydaş katılımı,
- Sektör duyarlılığı,
- Sürekli gelişme,

- Önemlilik-merkezli yaklaşım,
- Uyumluluk.

GRI kapsamında yapılan sürdürülebilirlik raporlarıyla, işletmelerin ekonomik, çevresel ve toplumsal faaliyetlerinde ki durumları görülmüş olur. Ayrıca, raporla işletmelerin taahhütleri, stratejileri ve yönetim uygulamalarında ki durumları da ifade edilir. Bu raporlar, bunlar dışında başka amaçlar için de kullanılır. Bunlar ise şu şekildedir (GRI - Global Reporting Initiative Guideline);

- Sürdürülebilirlik performansının yönetmelikler, kurallar, yasalar, gönüllü girişimler ve performans standartlarıyla karşılaştırılması ve değerlendirilmesi,
- Performansın, kurum içinde ve farklı kurumlarla zaman içinde karşılaştırılması,
- Kurumun sürdürülebilir kalkınma hakkındaki beklentileri nasıl etkilediğinin ve onlardan nasıl etkilendiğinin gösterilmesi gibi amaçlar doğrultusunda da kullanılabilir.

Tüm bu amaçlar arasında temel olarak, GRI (Global Reporting Initiative) raporlama çerçevesi gönüllülük esasına dayanır ve işletmelerin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarını raporlamayı hedefler (Yanık ve Türker, 2012: 300). GRI tarafından yayınlanan rehberin içeriği geniş olmasına rağmen, raporlamanın tüm işletmeleri göz önünde bulundurması sebebiyle, işletmelerin sürdürülebilirlik raporlarında, tüm başlıklara yer verme zorunluluğu bulunmamaktadır (Yanık ve Türker, 2012: 300).

2.4.1.GRI Sektör Kılavuzları

GRI G4'ün yayınlanmasıyla beraber, diğer kılavuzlardan farklı olarak, bazı sektörler için ek rehberler de yayınlanmıştır. Bu sektörler şunlardır (Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, 2016: 22);

- Petrol ve Doğalgaz
- Havaalanı İşletmecileri
- Gıda İşleme, Medya
- İnşaat ve Gayrimenkul/Emlak
- Finansal Hizmetler
- Madencilik Ve Metaller
- Sivil Toplum Örgütleri, Özel Gönüllü ve Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar
- Etkinlik Organizatörleri
- Elektrik Hizmetleri

2.4.2. Küresel Raporlama İnsiyatifi (GRI)'nde Yer Alan Unsurlar

GRI'de 3 temel unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar “Ekonomik”, “Çevresel” ve “Sosyal” olmak üzere kategorize edilmiştir. GRI tarafından son yayınlanan raporlama kılavuzu olan G4 kılavuzunda yer alan ilkeleri Tablo 2.3'deki gibi ifade etmek mümkündür (GRI G4 Sürdürülebilirlik Raporlama İlkeleri Rehberi: 9);

Tablo 2.3 - GRI G4 Kılavuzunda Yer Alan Kategori ve Unsurlar

TABLO 5: KILAVUZLARDAKİ KATEGORİ VE UNSURLAR				
Kategori	Ekonomik		Çevresel	
Unsurlar ^v	<ul style="list-style-type: none"> Ekonomik Performans Piyasa Varlığı Dolaylı Ekonomik Etkiler Satın Alma Uygulamaları 		<ul style="list-style-type: none"> Malzemeler Enerji Su Biyolojik Çeşitlilik Emisyonlar Atık Sular ve Atıklar Ürün ve Hizmetler Uyum Nakliye Genel Tedarikçinin Çevresel Bakımdan Değerlendirilmesi Çevresel Şikayet Mekanizmaları 	
Kategori	Sosyal			
Alt Kategoriler	İşgücü Uygulamaları ve İnsana Yaraşır İş	İnsan Hakları	Toplum	Ürün Sorumluluğu
Unsurlar ^v	<ul style="list-style-type: none"> İstihdam İşgücü/Yönetim İlişkileri İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitim ve Öğretim Çeşitlilik ve Fırsat Eşitliği Kadın ve Erkekler için Eşit Ücret Tedarikçinin İşgücü Uygulamaları Bakımından Değerlendirilmesi İşgücü Uygulamaları Şikayet Mekanizmaları 	<ul style="list-style-type: none"> Yatırım Ayrımcılığın Önlenmesi Örgütlenme ve Toplu Sözleşme Hakkı Çocuk İşçiler Zorla veya Cebren Çalıştırma Güvenlik Uygulamaları Yerli Halkların Hakları Değerlendirme Tedarikçilerin İnsan Hakları Bakımından Değerlendirilmesi İnsan Hakları Şikayet Mekanizmaları 	<ul style="list-style-type: none"> Yerel Toplular Yolsuzlukla Mücadele Kamu Politikası Rekabete Aykırı Davranış Uyum Tedarikçinin Toplum Üzerindeki Etkiler Bakımından Değerlendirilmesi Toplum Üzerindeki Etkilere İlişkin Şikayet Mekanizmaları 	<ul style="list-style-type: none"> Müşteri Sağlık ve Güvenliği Ürün ve Hizmet Etiketlemesi Pazarlama İletişimi Müşteri Gizliliği Uyum

Kaynak: GRI G4 Sürdürülebilirlik Raporlama İlkeleri Rehberi: 9

2.4.3. GRI Raporlama İlkeleri

GRI G4 Kılavuzunda yer alan ilkeler iki gruba ayrılmıştır: Bunlar; “Rapor Niteliğinin Belirlenmesine İlişkin İlkeler” ve “Rapor İçeriğinin Belirlenmesine İlişkin İlkeler”den oluşmaktadır. Bu ilkeler ve neyi ifade ettikleri, aşağıdaki tabloyla (Tablo 2.4) şu şekilde ifade edilebilir (GRI G4 Sürdürülebilirlik Raporlama İlkeleri Rehberi: 16-18).

Tablo 2.4 – Sürdürülebilirlik Raporlaması İçeriği ve Niteliğinin Belirlenmesine İlişkin İlkeler

Rapor İçeriğinin Belirlenmesine İlişkin İlkeler	Rapor Niteliğinin Belirlenmesine İlişkin İlkeler
<p>→Paydaş Kapsayıcılığı</p> <p>Raporda, işletmelerin paydaşları tanımlanmalı ve paydaşların beklentilerine nasıl cevap verileceği ifade edilmelidir.</p>	<p>→Denge</p> <p>Raporda ifade edilen bilgiler, işletme hakkında hem olumlu, hem de olumsuz bilgileri içerecek şekilde sunulmalıdır.</p>
<p>→Sürdürülebilirlik Bağlamı</p> <p>Rapor, kuruluşun performansını daha geniş sürdürülebilirlik bağlamında sunmalıdır.</p>	<p>→Karşılaştırılabilirlik</p> <p>İşletmeler, raporlarda sunacağı bilgileri tutarlı seçmeli, derlemeli ve raporlamalıdır. Raporlanan bilgiler, paydaşların kuruluş performansının zaman içinde geçirdiği değişiklikleri analiz edebilecek şekilde ve diğer kuruluşlara kıyasla analizi destekleyecek bir biçimde, tutarlı olarak sunulmalıdır.</p>
<p>→Önceliklendirme</p> <p>Raporlamaya dâhil edilecek unsurların önem derecesini belirlemeyi ifade eder. Kuruluşun belirgin ekonomik, çevresel ve sosyal etkilerini yansıtanlar veya paydaşların değerlendirme ve kararlarını</p>	<p>→Doğruluk</p> <p>Raporlarda sunulacak bilgilerin doğru ve gerçeği yansıtacak şekilde ayrıntılı olarak sunulması gerektiğini ifade eder.</p>

önemli biçimde etkileyenler, raporlamanın unsurlarını oluşturmaktadır.	
<p>→Eksiksizlik</p> <p>Rapor, öncelikli unsurları ve bunların çerçevelerini; belirgin ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri yansıtmaya ve paydaşların kuruluşun raporlama dönemi dâhilindeki performansını değerlendirebilmelerine yetecek şekilde kapsamlı olmalıdır.</p>	<p>→Zamansal Tutarlılık</p> <p>İşletmeler tarafından sunulan raporların, erişilebilir olması için düzenli bir takvime göre raporlama yapılmalıdır.</p>
	<p>→Netlik</p> <p>İşletmeler, bilgileri raporu kullanan paydaşların anlayabileceği ve erişebileceği bir biçimde sunmalıdır.</p>
	<p>→Güvenilirlik</p> <p>Kuruluş, bir raporun hazırlanmasında kullanılan bilgi ve süreçleri incelemeye tabi tutulabilecekleri ve bilginin niteliğinin ve önceliklendirme durumunun belirlenebilmesini sağlayacak şekilde toplamalı, kaydetmeli, derlemeli, analiz etmeli ve bildirmelidir.</p>

Kaynak: GRI G4 Sürdürülebilirlik Raporlama İlkeleri Rehberi: 16-18

2.4.4.GRI Uygulama Seviyeleri

GRI, işletmelere raporlama yaparken uygulama düzeyi seçip bu doğrultuda raporlama yapma imkânı tanımakta ve işletmelerin belirledikleri raporlama düzeyini açıkça ifade etmelerini istemektedir.

Bu doğrultuda işletmelerin seçebileceği altı raporlama düzeyi vardır. Bunlar; C, C+, B, B+, A, A+ seviyelerinden oluşmaktadır. Bu düzeylerden C; en düşük raporlama

düzeiyken, A+; en yüksek raporlama düzeyidir (Uyar, 2015: 144). Raporlama düzeyleri ve bu raporlama düzeyleri için gereklilikler, aşağıdaki şekilde (Şekil 2.8) ifade edilmektedir (GRI G3 Turkish Guideline);

Şekil 2.8 – GRI Uygulama Seviyeleri

Rapor Uygulama Seviyesi		C	C+	B	B+	A	A+
Standart Açıklamalar	Strateji ve Profil Açıklamaları	C Seviyesine ait açıklamalara yer veriniz.	Dış Denetimden Geçmiş	B Seviyesine ait açıklamalara yer veriniz.	Dış Denetimden Geçmiş	A Seviyesine ait açıklamalara yer veriniz.	Dış Denetimden Geçmiş
	Yönetim Yaklaşımı Açıklamaları	Gerekli Değil		Her Gösterge Kategorisi için Yönetim Yaklaşımı Açıklamaları		Her Gösterge Kategorisi için Yönetim Yaklaşımı Açıklamaları	
	Performans Göstergeleri	Sosyal, ekonomik ve çevre kategorilerinin her birinden en az bir performans göstergesini içerecek şekilde, asgari 10 Performans Göstergesi hakkında rapor hazırlayınız.	Ekonomik, çevre, insan hakları, işgücü, toplum, ürün sorumluluğu unsurlarının her birinden en az bir performans göstergesi olmak üzere, asgari 20 Performans Göstergesi hakkında rapor hazırlayınız.	Önceliklendirme Prensiplerinin gereklerini yerine getirmek üzere, ister a)gösterge hakkında rapor hazırlayarak, isterse b) dışarıda bırakma nedenini açıklayarak, her bir temel G3 ve Sektör Eki Göstergesi için yanıt veriniz.			

Kaynak: GRI G3 Turkish Guideline

İşletmeler, yukarıda bahsedilen seviyeleri doğru bir şekilde beyan ettikleri sürece, yaptıkları raporlama GRI standartları kapsamında kabul edilir (Aksoy, 2013: 43).

2.5. Sürdürülebilirlik Endeksleri ve BIST Sürdürülebilirlik Endeksi

Günümüzde, yatırımcılar yatırım kararı alırken, işletmelerin sürdürülebilirlik raporlarından faydalanmaktadır. Yatırımcılar, işletmelerin sürdürülebilirlik raporlarının yanı sıra, sürdürülebilirlik endekslerinden de yararlanmaktadır. Bu endeksler, işletmelerin sürdürülebilirlik performanslarını değerlendirmede yatırımcılara yardımcı olmaktadır (Özdemir ve Pamukçu, 2016: 19).

BIST Sürdürülebilirlik Endeksi, Türkiye'de bu endekse dâhil olan şirketlerin sürdürülebilirlik performansını değerlendirmektedir. Bu amaçla 2013 yılında Borsa İstanbul (BİST) ve EIRIS (Ethical Investment Research Services Limited) arasında bir anlaşma imzalanmıştır. Bu anlaşmayla, BIST Sürdürülebilirlik Endeksi 4 Kasım 2014 tarihi itibarıyla XUSRD koduyla faaliyete başlamıştır. Bir şirketin, BIST Sürdürülebilirlik Endeksine dâhil edilebilmesi için, EIRIS'in belirlediği "Endeks Seçim Kriterleri"nin eşik değerini aşması gerekmektedir. Bu eşik değerinin yıllar itibarıyla kademeli bir şekilde artırılması planlanmaktadır. Eşik kriterinin artırılmasıyla, şirketleri,

sürdürülebilirlik performanslarını arttırmak için teşvik etmek amaçlanmaktadır (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 43-44; BİST Sürdürülebilirlik Endeksi, <https://www.borsaistanbul.com/endeksler/bist-pay-endeksleri/surdurulebilirlik-endeksi>, Erişim Tarihi:20.05.2019).

2014 yılında faaliyete başlayan endekste, ilk olarak BIST 30 endeksine dâhil olan şirketler EIRIS tarafından değerlemeye tutulmuştur. Bu değerlemede kamuya açık bilgiler kullanılmıştır. 2018 yılında BIST 50 endeksindeki işletmeler doğrudan değerlemeye alınmış, BIST 100 veya BIST Sürdürülebilirlik endekslerinde yer alan şirketlerden BIST 50 Endeksinde yer almayanlar gönüllü olarak değerlemeye alınabilmektedir. Endeks kapsamında alınan değerlendirme hizmetinin maliyetleri Borsa İstanbul tarafından karşılanmaktadır. Endekste değerlemeye alınan kriterler aşağıda ifade edildiği gibidir;

- Güvenlik,
- İnsan hakları,
- Çevre,
- Şirket yönetim kurulunun yapısı,
- İklim değişikliği,
- Biyoçeşitlilik,
- Rüşvet,
- Tedarik zinciri,
- Sağlık.

Endekste yer alan şirketler, kurumsal şeffaflık, hesap verebilirlik ve sürdürülebilirlik konusunda risk yönetim becerilerini geliştirme imkânına sahip olmaktadır. Ayrıca endeks, işletmelere kurumsal sürdürülebilirlik performanslarını yerel ve küresel anlamda karşılaştırma imkânı da vermektedir (BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, 2014: 43-44; BİST Sürdürülebilirlik Endeksi, <https://www.borsaistanbul.com/endeksler/bist-pay-endeksleri/surdurulebilirlik-endeksi>, Erişim Tarihi:20.05.2019).

2018 yılı itibariyle, BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan şirketler aşağıdaki tabloda (Tablo 2.5) gösterilmiştir;

Tablo 2.5 - BİST Sürdürülebilirlik Endeksi 2018 Yılı Değerlemeye Tabi Şirketler

1	AFYON	AFYON ÇİMENTO	37	KCHOL	KOÇ HOLDİNG
2	AKENR	AK ENERJİ	38	KORDS	KORDSA TEKNİK
3	AKBNK	AKBANK	39	KOZAL	KOZA ALTIN
4	AKSA	AKSA	40	KOZAA	KOZA MADENCİLİK
5	AKSEN	AKSA ENERJİ	41	LOGO	LOGO YAZILIM
6	ALARK	ALARKO HOLDİNG	42	MGROS	MİGROS TİCARET
7	ANACM	ANADOLU CAM	43	NTHOL	NET HOLDİNG
8	AEFES	ANADOLU EFES	44	NETAS	NETAŞ TELEKOM
9	ANELE	ANEL ELEKTRİK	45	OTKAR	OTOKAR
10	ARCLK	ARÇELİK	46	PGSUS	PEGASUS
11	ASELS	ASELSAN	47	PETKM	PETKİM
12	AYGAZ	AYGAZ	48	POLHO	POLİSAN HOLDİNG
13	BJKAS	BEŞİKTAŞ FUTBOL YAT.	49	SAHOL	SABANCI HOLDİNG
14	BIMAS	BİM MAĞAZALARI	50	SASA	SASA POLYESTER
15	BIZIM	BİZİM MAĞAZALARI	51	SKBNK	SEKERBANK
16	BRISA	BRİSA	52	SISE	ŞİŞE CAM
17	CIMSA	ÇİMSA	53	SODA	SODA SANAYİİ
18	CCOLA	COCA COLA İÇECEK	54	HALKB	T. HALK BANKASI
19	DOHOL	DOĞAN HOLDİNG	55	TSKB	T.S.K.B.
20	DOAS	DOĞUŞ OTOMOTİV	56	TATGD	TAT GIDA
21	ECILC	ECZACIBAŞI İLAC	57	TAVHL	TAV HAVALİMANLARI
22	EKGYO	EMLAK KONUT GMYO	58	TKFEN	TEKFEN HOLDİNG
23	ENKAI	ENKA İNŞAAT	59	TOASO	TOFAŞ OTO. FAB.
24	EREGL	EREĞLİ DEMİR ÇELİK	60	TRKCM	TRAKYA CAM
25	FROTO	FORD OTOSAN	61	TUPRS	TÜPRAŞ
26	GARAN	GARANTİ BANKASI	62	THYAO	TÜRK HAVA YOLLARI
27	GLYHO	GLOBAL YAT. HOLDİNG	63	TTKOM	TÜRK TELEKOM
28	GOLTS	GÖLTAŞ ÇİMENTO	64	TTRAK	TÜRK TRAKTÖR
29	GOZDE	GÖZDE GİRİŞİM	65	TCELL	TÜRKCELL
30	GUBRF	GÜBRE FABRİKALARI	66	ULKER	ÜLKER BİSKÜVİ
31	HURGZ	HÜRRİYET GZT.	67	VAKBN	VAKIFLAR BANKASI
32	IHLAS	İHLAS HOLDİNG	68	VESTL	VESTEL ELEKTRONİK
33	IPEKE	İPEK DOĞAL ENERJİ	69	VESBE	VESTEL BEYAZ EŞYA
34	ISCTR	İŞ BANKASI	70	YKBNK	YAPI VE KREDİ BANK.
35	KRDMD	KARDEMİR	71	ZOREN	ZORLU ENERJİ
36	KLGYO	KİLER GMYO			

Kaynak: BİST Sürdürülebilirlik Endeksi, [www.borsaistanbul.com/endeksler/bist-](http://www.borsaistanbul.com/endeksler/bist-pay-endeksleri/surdurulebilirlik-endeksi)

pay-endeksleri/surdurulebilirlik-endeksi, Erişim Tarihi:20.05.2019.

Tablo 2.5'te görüldüğü üzere, 2018 yılı itibariyle BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan 71 şirket bulunmaktadır. BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan bu şirketlerin, bu endekste yer almalarının kendilerine olası bazı katkılar yapması beklenmektedir. Bu katkılar şu şekilde ifade edilebilir (BİST Sürdürülebilirlik Endeksi, www.borsaistanbul.com/endeksler/bist-pay-endeksleri/surdurulebilirlik-endeksi, Erişim Tarihi:20.05.2019);

- Endeks şirketlere, kurumsal fırsat ve riskleri etkin bir şekilde yönetme ve şirketlere rekabet avantajı sağlayacaktır,
- Şirketlere finansman sağlamak ve sermaye çekmek için yeni yatırım fırsatları sunacaktır,
- Şirketlerin sağlık, istihdam, güvenlik, küresel ısınma, su kaynaklarının azalması, doğal kaynakların tükenmesi gibi sürdürülebilirlikle ilişkili konulara nasıl yaklaştıklarını ve alınan kararlarda değerlendirme yapma imkânı sunacaktır,
- Endeks, şirketlerin sürdürülebilirlik performansı konusunda kendilerini diğer şirketlerle ulusal ve uluslararası anlamda karşılaştırma imkânı sunacaktır,
- Endekste yer alan işletmelere rekabet avantajı ve kamuoyu nezdinde itibar artışı sağlayacaktır,
- Endeks, yatırımcılara kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen işletmeleri belirleme ve yatırım yapma imkânı sunacaktır.

BİST Sürdürülebilirlik Endeksi dışında, dünyada çok önemli sürdürülebilirlik endeksleri bulunmaktadır. Bu endekslerden bazıları Tablo 2.6'da açıklanmıştır.

Tablo 2.6 – BIST Dışındaki Diğer Sürdürülebilirlik Endeksleri

Yıl	Endeksler	Açıklama
1990	Domini 400 Sosyal Endeksi (Domini 400 Social Index)	Dünyadaki ilk sürdürülebilirlik endeksidir. Yatırımcılar için araştırmalar yapan ve endeksler üreten, "KLD Research & Analytics" şirketi tarafından hesaplanmaya başlanmıştır. Endeks, Mayıs 1990'da faaliyete başlamıştır.

1999	Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi (Dow Jones Sustainability World Index - DJSI)	Endeks, şirketleri sürdürülebilirlik konusunda değerlendirmektedir. Bu değerlendirme sonucunda, işletmelerin sürdürülebilirlik performansı elde edilmektedir. Şirketleri sürdürülebilirlik performanslarına göre (Sosyal, ekonomik ve çevresel) sıralayan bir endekstir. Bu endeksle, şirketler sektörel olarak sınıflandırılmakta ve sürdürülebilirlik konusunda en iyi şirketler belirlenmeye çalışılmaktadır.
2001	FTSE4Good Endeksi (FTSE4Good Index)	Çevresel konularda çalışmalar yapmak, paydaşlarla pozitif ilişkiler kurmak, insan haklarını desteklemek vb. gibi sürdürülebilirliği konu edinen bir endekstir.
2004	JSE Sorumlu Yatırım Endeksi Endeksi (JSE Socially Responsible Investment (SRI) Index)	Güney Afrika, Johannesburg borsasıdır. Gelişmekte olan ülkelerin borsaları içinde yer alan ilk sürdürülebilirlik endeksidir. Endeks yatırımcılar için, işletmelerin sosyal sorumluluk politikalarını değerlendirmek amacıyla çalışmalar yürütmektedir (Johannesburg Stock Exchange, JSE SRI Index, www.jse.co.za/services/market-data/indices/socially-responsible-investment-index , Erişim Tarihi: 11.05.2019).

2005	Çevresel Sürdürülebilirlik Endeksi (Environmental Sustainability Index – ESI)	Endeks, Dünya Ekonomik Forumu Geleceğin Küresel Liderleri Çalışma Grubu, Colombia Üniversitesi Yerbilimi Bilgi Merkezi ve Yale Üniversitesi Çevre Hukuku ve Politikası Merkezinin ortak çalışmalarıyla hazırlanmıştır. Endeks dünya ülkeleri için geliştirilen ve ülkelerin sürdürülebilirlik konusundaki gelişme düzeylerini görmeyi amaçlayan bir endekstir. Çevre sistemleri, çevre sorunları, insanların risklerden korunması gibi konular endeksin ele aldığı unsurlardan sadece bir kaçıdır.
-------------	--	--

Kaynak: Önce, vd., 2015; Sarıkaya ve Akarca, 2011: 65-66; Özdemir ve Pamukçu, 2016: 21

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLAMASININ FİNANSAL PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Günümüzde sürdürülebilirlik raporlaması, işletmeler ve tüm paydaşlar için gerekli ve önemli bir unsur haline gelmiştir. Durum böyleyken, işletmelerin sürdürülebilirlik raporlaması yapmaları veya kurumsal sosyal sorumluluklarının farkında olarak faaliyetlerini yürütmelerinin, finansal performansları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu sürekli olarak merak konusu olmuştur.

Bu merakı gidermek amacıyla birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaların büyük çoğunluğunu uluslararası çalışmalar oluştururken, konuyla ilgili yapılan ulusal çalışma sayısının yeterli seviyede olmadığı düşünülmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada BİST, Metal Eşya, Makina Endeksinde faaliyet gösteren işletmelerin, sürdürülebilirlik raporlaması yapmalarının finansal performansları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu ölçülmeye çalışılacaktır.

Bu amaçla, öncelikle literatür taraması yapılacak, daha sonra ise, çalışmanın amacı, önemi, kapsamı, yöntemi, kısıtları, hipotez ve sonucuyla ilgili açıklamalar yapılacaktır.

3.1.Literatür Taraması

Konuyla ilgili, hem ulusal, hem de uluslararası birçok araştırma yapılmıştır. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar aşağıda detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Moskowitz (1972), sosyal sorumluluk bilinciyle faaliyetlerini yürüten 14 işletme seçmiş, bu işletmelerin hisse performanslarını incelemiş ve bu 14 işletmenin genel endeksten daha yüksek bir performansa ulaştıkları sonucuna ulaşmıştır.

Frooman (1997), kurumsal sosyal sorumluluğun, işletme performansı üzerinde etkisini incelemiştir. Bu araştırmayla kurumsal ve yasal sorumluluklarının farkında olan işletmelerin hızla büyüdüğünü, bu sorumluluklarının farkında olmayan veya bu doğrultu da hareket etmeyen işletmelerin ise değerlerinde azalma yaşandığı sonucuna ulaşmıştır.

Trebucq ve D’Arcimoles (2002), kurumsal sosyal sorumluluğun, işletmelerin finansal performansı üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu konusunda fikir edinmeye

çalışmışlardır. 99 işletme üzerinde yaptıkları çalışma neticesinde, kurumsal sosyal sorumlulukla, işletme finansal performansı arasında anlamlı bir ilişki bulamamışlardır.

Allouche ve Laroche (2005), sosyal sorumluluk ve finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemişler ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmelerin finansal performansı üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Brine, Brown ve Hackett (2006), sosyal sorumlulukla, finansal performans arasında ki ilişkiyi araştırmak için, Avusturalya'da faaliyet gösteren işletmelerin verilerini kullanmışlar ve söz konusu iki kavram arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır.

López, Garcia ve Rodriguez (2007), yarısı Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan, diğer yarısı ise büyüklük bakımından diğerlerine denk işletmeden oluşan 110 işletme üzerinde yürüttükleri çalışmada, işletmelerin Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksinde yer almalarının, vergi öncesi kâr üzerinde herhangi bir etki yaratıp yaratmadığını araştırmışlardır. Bu amaçla, 1999-2001 ve 2002-2004 dönemleri için çoklu doğrusal regresyon analizi yöntemini kullanmışlar ve 2002-2004 dönemi için, Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan işletmelerin, bu endekste yer almalarının, işletme kârlılığı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Collison, Cobb, Power ve Stevenson (2008), FTSE4Good Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan işletmeleri, sürdürülebilirlik kriterleri ışığında değerlendirmişlerdir. Çalışmada yer alan işletmeleri, sürdürülebilirlik endeksinde yer almadan önceki ve endekse dâhil olduktan sonraki performanslarını kıyaslayarak, değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Yaptıkları analiz neticesinde, işletmelerin sürdürülebilirlik endeksine geçmesinin borsa performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğuna ulaşmışlardır.

Belu (2009), sürdürülebilirlik faaliyetleriyle finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemek istemiş, bu amaçla "Aktif Kârlılık (ROA)", "Özkaynak Kârlılığı (ROE)" ve "Yıllık Hisse Getirisi" oranlarını bağımsız değişken olarak belirlemiş ve çalışması sonucunda sürdürülebilirlik faaliyetlerini önemseyen işletmelerin, finansal performanslarının daha sağlıklı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Reddy ve Gordon (2010), Yeni Zelanda borsasından 17, Avustura borsasından 51 işletmenin yayınladığı sürdürülebilirlik raporlarını inceleyerek, bu işletmelerin sürdürülebilirlik skorlarını oluşturmuşlar ve bu skorların işletme performansı ile olan

ilişkinin araştırılmışlardır. Araştırma sonucunda, sürdürülebilirlik raporlamasıyla, işletme kârlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Aras, Aybars ve Kutlu (2011), 40 firmayı ele almışlar ve bu firmaların 2005-2007 yılları arasındaki verilerinin, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri bakımından değerlendirmesini yapmışlardır. Çalışma sonucunda, belirlenen değişkenler arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.

Uwalomwa (2011), Nijerya Borsasına kote olan 30 işletmenin faaliyet raporlarını inceleyerek, bu raporlardan sürdürülebilirlik skorunu hesaplamıştır. Bu sürdürülebilirlik skoruyla, işletmelerin aktif kârlılık oranı arasındaki ilişkiyi Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi kullanarak test etmiştir. Bu analiz sonucunda sürdürülebilirlik skoruyla, işletme kârlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Dinçer (2011), işletmelerin yayınladıkları kurumsal sosyal sorumluluk raporlarına, yatırımcıların bakış açısını değerlendirmek istemiştir. Borsa İstanbul üzerine yapılan çalışmada, yatırımcıların kurumsal sosyal sorumluluk raporlarını dikkate aldıkları ve önemsedikleri sonucuna varılmıştır.

Burhan ve Rahmanti (2012), şirket performansı ile sürdürülebilirlik raporlaması unsurları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışmada Küresel Raporlama İnsiyatifi (GRI)'nin bileşenlerini kullanarak, çalışmada yer verdikleri işletmelerin sürdürülebilirlik skorlarını hesaplamışlardır. Daha sonra sürdürülebilirlik skorunu elde ettikleri işletmelerin, sürdürülebilirlik raporlamasıyla finansal performansı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, ekonomik performans ölçütü olarak, "Aktif Kârlılık Oranı (ROA)"nı kullanmışlardır. Bu çalışma sonucunda, Burhan ve Rahmanti, Sürdürülebilirlik Raporlamasının işletme performansını etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Fakat bu sonuca rağmen, sosyal performansın tek başına, finansal performansı, kısmen etkilediğini belirtmişlerdir.

Arsoy, Arabacı ve Çiftçiöğlü (2012), kurumsal sosyal sorumluluğun, finansal performans üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu ölçmek amacıyla, 28 işletme üzerine bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışma sonucunda, kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması yapan işletmelerin, daha iyi bir performansa sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Şkare ve Golja (2012), 2006-2008 yıllarının kapsayacak şekilde, Dow Jones Dünya Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alan 45 işletmeyle, endekste yer almayan

işletmeleri sürdürülebilirlik ve finansal performans bakımından kıyaslamışlardır. Yapılan analizler sonucunda, endekste yer alan işletmelerin finansal performans değerlerinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Russo ve Mariani (2013), FTSE4Good endeksinde faaliyet gösterme ve bu endeksten çıkarılmanın, işletme kârlılığı üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymak istemişlerdir. Bu amaçla yapılan analizler sonucunda, endeksten çıkarılmanın işletme kârlılığını olumsuz şekilde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Fettahoğlu (2013), sürdürülebilirlik raporlamasıyla, finansal performans arasında nasıl bir ilişki olduğunu araştırmıştır. Çalışmasında, 2009 - 2011 yılları arasında, Borsa İstanbul'da işlem gören ve sürdürülebilirlik raporlaması yayınlamış 16 işletmeyi ele alarak, Çoklu Regresyon Analizi Yöntemini kullanmıştır. Analiz sonucunda bağımsız değişken olarak belirlediği sosyal sorumluluk bileşenlerinin, işletmenin kaldıraç oranıyla negatif yönlü bir ilişkisi olduğunu, varlık devir hızının sosyal sorumluluk bileşenleriyle anlamlı bir ilişkisi bulunduğunu ve diğer değişkenlerle anlamlı bir ilişkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Charlo, Moya ve Muñoz (2015), İspanyol Borsası'na kote olan işletmeleri üç gruba ayırmış ve bu işletmelerin kâr durumunu araştırmak istemiştir. Bu amaçla, işletmeleri sürdürülebilirlik endeksinde yer alanlar, yer almayan ve karışık olarak sınıflandırmıştır. Yapılan analiz sonucunda, sürdürülebilirlik endeksinde yer alan işletmelerin, diğerlerinden daha fazla kâr elde ettiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca endekste ki işletmeler, diğerlerine göre yaşanabilecek değişikliklere daha hızlı uyum sağlayabilmektedirler.

Marti, Rovira-Val ve Drescher (2015), Stoxx Europe 600 Endeksi ve Stoxx Europe Sürdürülebilirlik Endeksi'nde faaliyet gösteren işletmeleri, panel veri analizi kullanarak karşılaştırmışlardır. Analizle 2007 - 2010 yılları arasında sürdürülebilirlik endeksinde yer alan işletmelerin, diğerlerine göre daha iyi bir finansal performansa sahip oldukları görülmüştür.

Çıtak ve Ersoy (2016), Borsa İstanbul BIST 30 Endeksi'nde ve Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan ve almayan 15'er işletmenin, finansal performansını değerlendirerek, herhangi bir farklılık olup olmadığını değerlendirmişlerdir. Bu değerlendirmeden sonra, Olay Çalışması Metodolojisi ile Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan işletmelerin hisse

senetlerinin aşırı getiri ve kümülatif aşırı getiri oranlarına sahip olup olmadığı incelenmişlerdir. Bu çalışmayla Sürdürülebilirlik Endeksinde bulunan işletmelerin, Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranının endekste yer almayan işletmelere kıyasla, daha yüksek olduğuna ulaşılmıştır.

Önder (2017), Borsa İstanbul 100 endeksinde yer alan 91 işletmenin 2016 yılı verilerini, çoklu doğrusal regresyon analizi kullanarak incelemiş ve işletmelerin sürdürülebilirlik endeksinde yer almalarının kârlılığa herhangi bir etkisi olmadığını ortaya koymuştur.

Altınay vd. (2017), 4 banka seçerek, bu işletmelerin sürdürülebilirlik endeksine girmelerinin hisse senedi değeri üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu analiz etmek amacıyla, söz konusu işletmelerin 2014-2017 yılları arasındaki verilerini kullanmışlardır. Yapılan analizler sonucunda, bu dört bankanın sürdürülebilirlik endeksine kote olduktan sonra ki hisse senedi değerlerinde artış olduğu gözlenmiştir.

Düzer ve Önce (2018), 2008-2014 yılları arasında ki verileri kullanılarak, çalışma için seçilen işletmelerin GRI G3 standartlarına göre sürdürülebilirlik skorlarını hesaplamışlardır. Daha sonra sürdürülebilirlik skorları elde edilen işletmelerle ilgili olarak, “Aktif Kârlılık”, Öz Kaynak Kârlılığı”, PD/DD ve F/K oranları hesaplamışlardır. Çalışmada kullanılan bu oranlar, finansal performans göstergesi olarak belirlenmiş ve sürdürülebilirliğin kârlılık üzerinde nasıl bir etkisi olduğu, panel veri regresyon analizi yöntemi kullanılarak saptanmaya çalışılmıştır.

İncelediğimiz tüm bu çalışmalar neticesinde, sürdürülebilirlik raporlaması veya sosyal sorumluluk raporlaması üzerine uluslararası alanda çok fazla çalışma yapılmışken, ulusal anlamda yapılan çalışma sayısının daha sığ kaldığı görülmektedir.

3.2.Araştırmanın Amacı

Çalışmada BIST Metal Eşya, Makina Endeksi'nde faaliyet gösteren 29 şirketin, sürdürülebilirlik raporlaması yapmalarının finansal performansları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu ölçülmeye çalışılacaktır.

Bu amaçla, belirlenen şirketlerin GRI G4 raporlama kriterlerine göre sürdürülebilirlik skorları ve belirlenen bazı finansal oranları hesaplanacaktır. Yapılan

hesaplamalar neticesinde, şirketlerin sürdürülebilirlik performansı ile finansal performansı arasındaki ilişki saptanmış olacaktır.

3.3.Araştırmanın Önemi

Geçmişte çok eskilere dayanan sosyal sorumluluk kavramının, daha da genişletilmesi sonucunda ortaya çıkan sosyal sorumluluk raporlaması, çok eskiye dayanan bir kavram değildir. Bu raporlamanın kapsamının daha da genişletilmesi sonucunda da, Sürdürülebilirlik Raporlaması ve bu raporlama için geliştirilen standartlar ortaya çıkmıştır.

Kurumsal sürdürülebilirlik raporlaması için geliştirilen standart ve ilkeler, 2000’li yılların başlarına dayanmaktadır. 2000’li yıllardan günümüze gelinceye kadar, sürdürülebilirlik raporlaması, hem işletmeler, hem de bu raporlardan bilgi elde etmeyi uman paydaşlar için büyük önem taşıyor hale gelmiştir. Uluslararası anlamda bakıldığında, konu ile ilgili yapılan çalışmaların sayısı yeterli sayılabilecek düzeydeyken, ulusal anlamda yapılan çalışma sayısının yetersiz olduğu düşünülmektedir. Ayrıca BİST’de yapılan çalışma sayısının daha da az olduğu görülmüştür. İncelenen ulusal çalışmalar arasında, sürdürülebilirlik raporlaması yapmayan, faaliyet raporlarında veya resmi sitelerinde sürdürülebilirlikle ilgili açıklamalar yapan işletmeler ve sürdürülebilirlik endeksinde yer alıp sürdürülebilirlik raporlaması yapan işletmelerin finansal performansları arasında nasıl bir farklılık olduğunu ölçen çalışmaya rastlanamamıştır. Bu doğrultuda, bu çalışma sürdürülebilirlik raporlaması yapıyor olmanın, işletme performansı üzerinde nasıl bir etkisi bulunduğunu ölçmeye çalışmaktadır.

Literatürde, ulusal anlamda sürdürülebilirlik raporlaması yapmayan işletmeleri, sürdürülebilirlik ilkesi doğrultusunda değerlendiren bir çalışma bulunmaması sebebiyle, bu çalışmanın literatürdeki önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

3.4.Araştırmanın Kapsamı

Çalışma amacına uygun olarak, araştırma kapsamına BIST Metal Eşya, Makina Endeksi’nde faaliyet gösteren 29 şirket dâhil edilmiştir.

Çalışma için belirlenen bu 29 şirketin seçilmesindeki temel amaç, şirketlerden 9 tanesinin Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksinde yer almasıdır. Bu sayede, sürdürülebilirlik endeksinde yer alıp, sürdürülebilirlik raporlaması yapıyor olmanın,

finansal performansa nasıl katkısı bulunduğu ölçülmeye çalışılacaktır. Çalışmada, bu 29 şirketin “Faaliyet Raporları”, “Sürdürülebilirlik Raporları (Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alıp, Sürdürülebilirlik raporlaması yapan şirketler)”, “Mali Tabloları (Bilanço-Gelir Tablosu-Nakit Akış Tabloları vd.)” 5 yıllık (2014-2018) raporları incelenmiştir. Çalışmada ele alınan şirketlerden 2 tanesinin 2014, 2015 ve 2016 yıllarındaki faaliyet raporlarına ulaşamaması sebebiyle, çalışma kapsamından çıkarılmıştır. Bu 2 şirketin çalışma kapsamından çıkarılmasıyla, geri kalan 27 şirket aşağıdaki tabloda (Tablo 3.1) sunulmuştur.

Tablo 3.1 – Çalışmaya Dahil Edilen İşletmeler

BIST METAL EŞYA, MAKİNA ENDEKSİ
27 şirketin, 9 tanesi (1 ve 12 numaralı şirketler 2018 yılı itibariyle) aynı zamanda Sürdürülebilirlik Endeksinde yer almaktadır.
1. ALARKO CARRIER SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
2. ANADOLU ISUZU OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
3. ARÇELİK A.Ş.
4. BANTAŞ BANDIRMA AMBALAJ SANAYİ TİCARET A.Ş.
5. BOSCH FREN SİSTEMLERİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
6. DİTAŞ DOĞAN YEDEK PARÇA İMALAT VE TEKNİK A.Ş.
7. EGE ENDÜSTRİ VE TİCARET A.Ş.
8. EMEK ELEKTRİK ENDÜSTRİSİ A.Ş.
9. FEDERAL-MOĞUL İZMİT PİSTON VE PİN ÜRETİM TESİS. A.Ş.
10. FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.
11. GERSAN ELEKTRİK TİCARET VE SANAYİ A.Ş.
12. İHLAS EV ALETLERİ İMALAT SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
13. JANTSA JANT SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
14. KARSAN OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
15. KATMERCİLER ARAÇ ÜSTÜ EKİPMAN SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
16. KLİMASAN KLİMA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
17. MAKİNA TAKIM ENDÜSTRİSİ A.Ş.
18. OTOKAR OTOMOTİV VE SAVUNMA SANAYİ A.Ş.
19. PARSAN MAKİNA PARÇALARI SANAYİ A.Ş.
20. SILVERLINE ENDÜSTRİ VE TİCARET A.Ş.
21. TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.
22. TUMOSAN MOTOR VE TRAKTÖR SANAYİ A.Ş.
23. TÜRK PRYSMIAN KABLO VE SİSTEMLERİ A.Ş.
24. TÜRK TRAKTÖR VE ZİRAAT MAKİNELERİ A.Ş.
25. ULUSOY ELEKTRİK İMALAT TAAHHÜT VE TİCARET A.Ş.
26. VESTEL BEYAZ EŞYA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
27. VESTEL ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Tablo 3.1’de görüldüğü üzere, çalışma kapsamı içerisinde 27 şirket alınmış, bu şirketlerin 18 tanesi BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer almamakta, geri kalan 9 tanesi

BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde de yer almaktadır. Tablodaki şirketlerden, 1 ve 12 numaralı şirketler 2018 yılında endekse dâhil olmuşlardır.

3.5.Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın yürütülebilmesi için seçilen işletmeler üzerinde yapılacak analizler doğrultusunda, aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır;

- Sürdürülebilirlik raporlaması yapan işletmeler, sürdürülebilirlik raporlaması yapmayan işletmelere göre daha fazla mı kâr elde eder?
- Sürdürülebilirlik raporlaması yapan işletmelerin, sürdürülebilirlik raporlaması yapmayan işletmelere göre varlıklarında ki artış düzeyi daha mı fazladır?
- Sürdürülebilirlik raporlaması yapmak, işletmelere finansal faydalar yanında finansal olmayan faydalar da getirir mi?
- İşletmeler sürdürülebilirlik raporlaması yapmalı mı?

Kurulan hipotezlerin doğruluğunu tespit etmek ve yukarıda bahsettiğimiz sorulara yanıt bulabilmek için, çalışmada ilk olarak GRI G4 Standartları kullanılarak şirketlerin sürdürülebilirlik skorları hesaplanacaktır. Bu amaçla, şirketlerin faaliyet raporları, sürdürülebilirlik raporları(sürdürülebilirlik raporlaması yapan şirketler) ve websiteleri incelenerek, GRI G4 standartları doğrultusunda sürdürülebilirlik skorları hesaplanacaktır. Şirketlerin sürdürülebilirlik skorları hesaplanırken, her bir şirket için 5 yıllık olarak, ekonomik skoru(EKO), çevresel skoru(ÇEV), sosyal skoru(SOS) ve toplam sürdürülebilirlik skoru(TSS) elde edilmiş olacaktır.

Çalışmada sürdürülebilirlik skorlarını hesaplamak için temel alınan GRI G4 standartlarında toplam 91 standart söz konusudur. Bu standartların 9 tanesi ekonomik, 34 tane çevresel ve 48 tane sosyal göstergeden oluşmaktadır. Bu göstergeler kullanılarak, şirketlerin raporları incelenmiş;

- raporda standartla ilgili herhangi bir açıklama yoksa 0,
- standartla ilgili kısaca açıklama yapılmışsa 1,
- standartla ilgili detaylı açıklama yapılmış ancak niceliksel bilgilere yer verilmemişse 2 ve
- standartla ilgili detaylı olarak hem niteliksel hem de niceliksel açıklamalara yer verilmişse 3,

puanları verilerek, şirketlerin sürdürülebilirlik skorları hesaplanmıştır. Skorların elde edilmesi sürecinde verilen puanların toplanmasıyla, sürdürülebilirlik skorları elde edilmiştir. Bu noktaya kadar elde edilen EKO, ÇEV, SOS ve TSS skorları çalışmanın bağımsız değişkenlerini oluşturmaktadır.

Sürdürülebilirlik skorları elde edilen şirketlerin, finansal performansını ölçmek amacıyla araştırmayla ilgili olan çalışmalar taranarak, benzer çalışmalarda kullanılmış olan 5 finansal oran belirlenmiştir. Bu oranlar çalışmanın bağımlı değişkenlerini oluşturmaktadır ve aşağıdaki Tablo 3.2’de gösterilmiştir;

Tablo 3.2 – Finansal Performans Oranları

	Oranlar
ROA	$\text{Aktif Kârlılık (ROA)} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Aktif Toplam}}$
ROE	$\text{Özkaynak Kârlılığı (ROE)} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Öz Sermaye}}$
ROCE	$\text{Kullanılan Sermaye Getirisi (ROCE)} = \frac{\text{FVÖK}}{(\text{Top. Varlıklar} - \text{KVYK})}$
PBT	$\text{Vergi Öncesi Kâr (PBT)}$
GTA	$\text{Top. Varlıklarda Büyüme} = \frac{\text{Cari Dön. Varlıkları} - \text{Önceki Dön. Var.}}{\text{Önceki Dönem Varlıkları}}$

Yukarıda bağımlı değişken olarak belirlediğimiz finansal performans oranlarının kısaca tanımını yapmak, çalışmada ele alınan şirketlerin finansal açıdan nasıl değerlendirileceğini de ifade etmek anlamına gelmektedir. Finansal performans ölçütü olarak belirlenen oranlar aşağıdaki şekilde ifade edilebilir;

- ❖ *Aktif Kârlılık Oranı (ROA)*: Bu oran, işletme varlıklarının, işletme kârlılığına ne düzeyde katkıda bulunduğunu ölçmeye çalışır. İşletmenin "Dönem Net Kâr"ının, "Aktif Toplam"a bölünmesiyle elde edilen katsayı ne kadar büyükse, o işletmenin varlıklarının kâr oluşturmada o kadar etkin kullandığı anlamına gelmektedir. Bu

oranın yorumlanması aşamasında, yorumlanacak olan işletmenin hangi sektörde faaliyet gösterdiğinin dikkate alınması gereklidir. Çünkü, ele alınan işletme bulunduğu sektörün gerekliliğine göre düşük bir varlık yapısıyla faaliyet gösteriyor olabilir. Bu sebeple ele alınacak işletmelerin aynı sektör içerisinde faaliyet göstermesi daha doğru sonuçlar elde edebilmek için büyük önem taşımaktadır (Yükçü, 2007: 621).

- ❖ Özkaynak Kârlılığı Oranı (ROE): Bu oran işletme ortakları tarafından, işletme bünyesi içine dâhil edilen sermayeyle ne kadar kâr elde ettiklerini ölçmek için kullanılır. Diğer bir ifadeyle, bir birimlik sermayenin kaç birimlik kâra dönüştüğünü ifade eder. Bu oran ne kadar yüksekse, işletme kaynaklarının o kadar verimli kullanıldığı anlamına gelmektedir (Yükçü, 2007: 621-622).
- ❖ Kullanılan Sermaye Getirisi (ROCE): Yatırımcıların ve analistlerin işletmeleri değerlendirmek için kullandıkları oranlardan bir tanesidir. Bu oran, bir işletmenin mevcut sermayesini ne düzeyde verimli kullandığını ölçer. Gerekli hesaplamaların yapılmasıyla elde edilen oran ne kadar yüksekse, o işletme kâr elde etmek için, mevcut sermayesini o düzeyde verimli kullanıyordur (Mutluay ve Turaboğlu, 2013: 66-67).
- ❖ Toplam Varlıklarda Büyüme (GTA): Bu oran, işletmenin mevcut dönemdeki toplam varlıklarının, bir önceki dönemdeki toplam varlıklarından çıkarılarak, önceki denemde ki varlıklarına bölünmesi sonucu elde edilir. Oran işletmenin toplam varlık yapısında ki büyüme durumunu gösterir. Bu oranın yüksek olması, işletmenin toplam varlıklarının arttığını ifade eder.

Araştırmada, şirketlerin sürdürülebilirlik skor düzeyleriyle finansal performansı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla iki grup panel veri modelleri kullanılacaktır. Bu modeller aşağıda şekilde ifade edilmiştir;

Birinci Grup Panel Veri Modelleri

$$ROA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it} \quad (1)$$

$$ROE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it} \quad (2)$$

$$ROCE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it} \quad (3)$$

$$PBT_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it} \quad (4)$$

$$GTA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it} \quad (5)$$

İlk modelle şirketlerin toplam sürdürülebilirlik skorlarının(TSS), finansal performans göstergeleriyle(ROA, ROE, ROCE, PBT ve GTA) ilişkisi test edilecektir.

İkinci Grup Panel Veri Modelleri

$$ROA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it} \quad (6)$$

$$ROE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it} \quad (7)$$

$$ROCE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it} \quad (8)$$

$$PBT_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it} \quad (9)$$

$$GTA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it} \quad (10)$$

$$i = 1, \dots, 27$$

$$t = 1, \dots, 5$$

İkinci grup panel veri modellerinde şirketlerin büyüklüğü kontrol değişkeni olarak belirlenmiş ve GRI'nın kurumsal sürdürülebilirlik için belirlediği üç bileşenin(Ekonomik, Çevresel ve Sosyal) finansal performans değişkenleriyle ilişkisi ölçülecektir.

Modellerde;

- ‘‘ α ’’ model sabiti,
- ‘‘ β_i ’’ bağımsız değişken katsayısı,
- ‘‘e’’ hata terimi,
- TSS- Toplam Sürdürülebilirlik Skoru,
- EKO – Ekonomik Sürdürülebilirlik Skoru
- ÇEV – Çevresel Sürdürülebilirlik Skoru
- SOS – Sosyal Sürdürülebilirlik Skoru
- SIZE – Firma Büyüklüğü (Toplam varlıkların doğal log’u alınmıştır)

Tüm bu yapılan açıklamalar ışığında, çalışmada şirketlerin sürdürülebilirlik performans düzeylerinin, finansal performansları üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi amacıyla Stata 15 programıyla panel veri regresyon analizi yapılacaktır.

3.5.1. Panel Veri Analizi

Literatürde bireyler, ülkeler, firmalar gibi birimlere ait yatay kesit gözlemlerin, belli bir dönemde bir araya getirilmesine panel veri denmektedir. Bir çalışmada hem dönemlere hem de birimlere göre bilgi elde edilmek isteniyorsa, panel veri kullanılması gerekmektedir. Yatay kesit veri, birçok birim için sadece bir dönem hakkında bilgi verirken; zaman serisi, sadece bir birimin dönemlere göre bilgisini vermekte; Panel veri ise araştırmacılara birçok birim ve birçok zaman için analiz yapabilme imkânı sunmaktadır (Tatoğlu, 2018: 2-3).

Panel verinin, hem yatay kesit hem de zaman serisi verilerini bir arada kullanma imkânı sağlaması, araştırmacıların, uygulamacıların ve akademisyenlerin işini kolaylaştırmış, bu da panel veri kullanım oranını arttırmıştır. Bu artışta panel veri analizinde kullanılan verilerin değişkenlik göstermesi ve zaman serisi veya yatay kesit verilerin açıklayamadığı analizlere çözüm getirmiş olmasının etkisi de büyüktür (Kennedy, 2008: 282).

Genel olarak panel veri modeli aşağıdaki şekildedir;

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{1it}X_{1it} + \beta_{2it}X_{2it} + \dots + \beta_{kit}X_{kit} + u_{it} \quad (1)$$

$$i=1, \dots, N \quad t=1, \dots, T$$

Burada, Y:bağımlı değişken, X_k:bağımsız değişkenler, α sabit parametre, β eğim parametreleri, u hata terimi, i alt indisi birimleri ve t alt indisi zamanı ifade etmektedir (Tatoğlu, 2018: 4).

Panel veri kullanımının yatay kesit veya zaman serisi kullanımına göre bir takım avantajları bulunmaktadır. Bu avantajlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Tatoğlu, 2018, 9-13; Pazarlıoğlu ve Gürler, 2007: 37);

- Daha öncede ifade ettiğimiz gibi panel veri, hem zaman serisi hem de yatay kesit verilerin bir arada kullanılmasına imkân tanımaktadır. Bu sayede panel veri analizi, çok sayıda veri kullanımına imkân tanımaktadır,
- Panel veri, zaman serisi veya yatay kesit verilerin açıklayamadığı karmaşık analizleri açıklama imkânı sunmaktadır,

- Panel veri analizinin çok fazla veriyle çalışma imkânı tanınması, gözlem sayısı ve serbestlik derecesini arttırmaktadır. Bu da, açıklayıcı değişkenler arasındaki çoklu doğrusal bağlantının derecesini azaltmakta ve ekonometrik tahminlerin etkinliğini ve güvenilirliğini arttırmaktadır,
- Panel veri gözlenemeyen birim etkileri modele dâhil edebilmektedir,
- Panel veri tahmin sapmasını azaltmakta veya tamamen ortadan kaldırmaktadır,
- Panel veri çoklu doğrusal bağlantı problemini azaltmaktadır.

Panel veriyle zaman, birim veya hem zaman hem de birimlerin etkileri ölçülebilmektedir. Bu etkilerin açıklanabilmesi içinde klasik model, sabit etkiler modeli, tesadüfi etkiler modeli gibi modeller kullanılmaktadır (Park, 2011: 1).

3.5.2. Panel Veri Modelleri

3.5.2.1. Klasik Model

Panel veri analizinde, veriler içerisinde gözlenemeyen heterojenliğin bulunduğu en temel modeldir. Hem sabit, hem de eğim parametrelerinin birimlere ve zamana göre sabit olduğu modeldir. Burada, sabitlikten bahsedilen tüm gözlemlerin homojen olma durumudur. Klasik modelde tüm gözlemlerin homojen olduğu varsayılmaktadır. Model aşağıdaki şekilde gibi ifade edilmektedir (Tatoğlu, 2018: 40);

$$Y_{it} = \beta_0 + \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kit} + u_{it}$$

ya da;

$$Y_{it} = X_{it}\beta + u_{it} \quad i=1, \dots, N; \quad t=1, \dots, T$$

şeklinde yazılabilmektedir. Burada, β sabit ve eğim parametrelerini içermektedir.

Panel veri analizi klasik modelde, “Havuzlanmış En Küçük Kareler (HEKK)” tahmincisini kullanılmaktadır. Bu yöntemin kullanılma nedeni, zaman veya birim etkinin olmadığı modellerde havuzlanmış en küçük kareler (HEKK) yönteminin daha dengeli ve başarılı tahminler yapabilmesidir (Park, 2011: 7).

Klasik modelin yapılabilmesi için, bir takım varsayımların olması gerekmektedir. Bu varsayımlar aşağıda ifade edildiği gibidir (Park, 2011: 7);

- Hata varyansları aynı olmamalıdır,

- Bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı bulunmamalıdır,
- Analizdeki bağımlı değişkeni açıklayan model, bağımsız değişkenlerin lineer bir fonksiyonu şeklinde olmalıdır,
- Hataların bağımsız değişkenlerden herhangi biri ile lineer bir ilişkisinin olmaması ve hataların beklenen değerinin 0 olması gerekmektedir,
- Hata terimleri arasında doğrusal bir ilişkinin bulunmaması yani otokorelasyon olmaması gerekmektedir,
- Bağımsız değişkenler stokastik olmamalı fakat tekrarlanan örneklerde sabit durumda olmalıdır.

3.5.2.2.Sabit Etkiler Modeli

Katsayıların birimlere veya birimler ile zamana göre değiştiğinin varsayıldığı modellere “Sabit Etkili Modeller” denmektedir (Pazarlıoğlu ve Gürler, 2007: 38).

Sabit terimin birimler boyunca değiştiği doğrusal regresyon modeli, sabit etkiler modeli olarak adlandırılmaktadır (Stock ve Watson, 2011: 358). Sabit etkiler modeli aşağıdaki şekilde gösterilmektedir (Tatoğlu, 2018: 80);

$$Y_{it} = \beta_{0it} + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_K X_{kit} + u_{it}$$

Sabit etkiler modelinin yapılabilmesi için, bir takım varsayımların olması gerekmektedir. Bu varsayımlar aşağıda ifade edilmiştir (Wooldridge, 2002: 266-270);

- Panel veri modellerinde otokorelasyon sınanmalı ve hatalar birbirleriyle korelasyonlu olmamalıdır,
- Hata varyansları aynı olmamalıdır,
- Hatalar ve birim sabit etkilerle bağımsız değişkenler arasında korelasyon olmamalıdır.

3.5.2.3.Tesadüfi Etkiler Modeli

Panel veri analizlerinde, sabit etkiler modeli çok sık kullanılmasına rağmen, çok sayıda birey olması durumunda, sabit etkiler modeli serbestlik derecesi kaybına yol açmaktadır. Sabit etkiler modeli, çalışma modelinin tanımlanması sırasında zaman içinde değişiklik göstermeyen değişkenleri modele dâhil etmede başarısız olmakta ve kukla

değişkenler modele dâhil edilerek bu durum ortadan kaldırılmaktadır. Eğer kukla değişkenler modelle ilgili açıklama yapmaya imkân tanımıyorsa, modelde tesadüfi etkiler modeli kullanmalıdır. Tesadüfi etkiler modeliyle, hata terimi yoluyla model açıklanmaya çalışılır (Pazarlıoğlu, 2001).

Birimlere veya birimlere ve zamana göre meydana gelen değişmelerin, birer hata terimi olarak model içerisine alındığı modele, tesadüfi etkiler modeli denilmektedir. Bunun yapılmasının nedeni, sabit etkiler modelinde meydana gelen serbestlik derecesi kaybının önüne geçmek istenmesidir (Baltagi, 1995: 13). Tesadüfi etkiler modeli şu şekilde ifade edilmektedir (Tatoğlu, 2018: 103);

$$Y_{it} = \beta_{0i} + \beta_{1i}X_{1it} + \beta_{2i}X_{2it} + \dots + \beta_{ki}X_{kit} + \mu_i + u_{it}$$

u_{it} : Artık Hata μ_i : Birim Hata

Tesadüfi etkiler modelinin yapılabilmesi için, bir takım varsayımların olması gerekmektedir. Bu varsayımlar aşağıda ifade edilmiştir (Wooldridge, 2002: 257-262);

- Hata varyansları aynı olmalıdır,
- Hata terimi ile birim hata ve bağımsız değişkenler arasında bir korelasyon bulunmamalıdır,
- Bağımsız değişkenler ile birim hata arasında bir korelasyon bulunmamalıdır,
- Koşulsuz hata varyansında otokorelasyon olmamalı ve zamana göre sabitlik göstermelidir,
- Bağımsız değişkenlerin çoklu lineer bir ilişki içinde bulunmaması gerekmektedir.

2.5.2.4. Hausman Testi

Hausman testi, tesadüfi etkilerin kullanıldığı bir modelde, hata terimi bileşenlerinin bağımsız değişkenlerden ilişkisiz olduğu varsayımıyla kurulan hipotezin geçerliliğini test etmektedir (Greene, 2003).

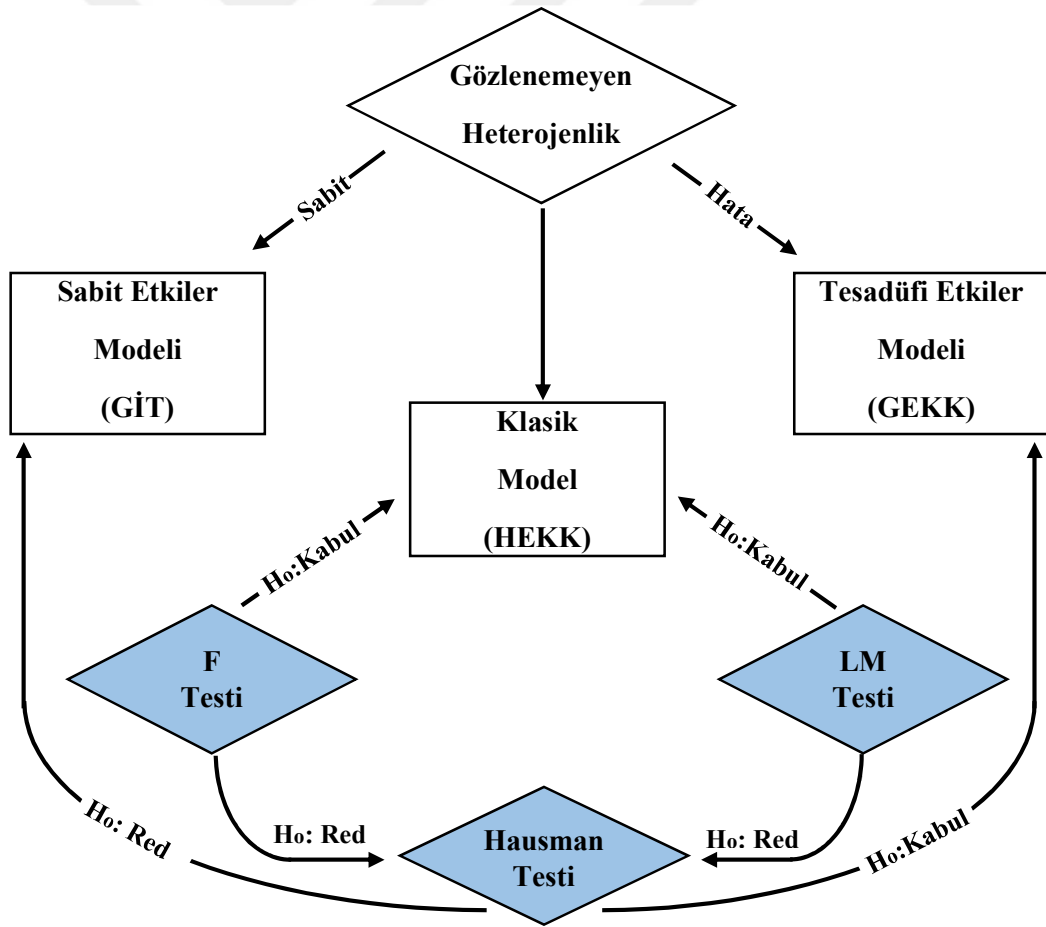
Sabit etkiler modeli ve tesadüfi etkiler modeli arasında tercih yapabilmek için Hausman testi kullanılmaktadır. Bu amaçla Hausman testi, tesadüfi etkiler tahmincisinin geçerli olduğu biçimindeki temel hipotez altında, k serbestlik dereceli kıkare dağılımı yardımıyla çalışmaktadır. Hausman testi, varyans kovaryans matrisleri arasındaki farkı kullanarak, H istatistiğini hesaplamaktadır. Parametreler arasındaki fark sistematikse,

sabit etkiler modeli, eğer parametreler arasındaki fark sistematik değilse tesadüfi etkiler modeli kullanılmaktadır (Tatoğlu, 2018: 185).

3.5.3. Panel Veri Tahmincileri Arasında Karar Verme Süreci

Panel veri analizinde, bütün gözlemlerde birim ve/veya zaman etkilerin (yani tüm gözlemlerin homojen olma durumu) olmadığı düşünülüyorsa, klasik modelin tercih edilmesi; birim ve/veya zaman etkilerinin var olduğu düşünülüyorsa, sabit veya tesadüfi etkiler modelini kullanmak doğru olacaktır. Bu tercihlerin yapılabilmesi için kullanılacak bir takım testler bulunmaktadır. Bu testlere araştırmacı tarafından önsel olarak da karar verilebilmektedir, ancak böyle bir yol izlemek tercih edilen modelin güvenilirliğini sorgulanır hale getirmektedir (Tatoğlu, 2018: 167-168). Bu sebeple, tercih edilecek modele karar verilebilmesi için aşağıdaki gibi bir test yolu izlenmelidir (Park, 2011: 16);

Şekil 3.1 – Panel Veri Tahmincileri Arasında Karar Verme Süreci



Kaynak: Park, 2011: 16

Yukarıdaki şekle (Şekil 3.1) göre, birim gözlenemeyen heterojenlik hata terimiyle saptanabiliyorsa tesadüfi etkiler modeli, eğer sabit terimle saptanabiliyorsa sabit etkiler modeli kullanılmalıdır. Daha sonra araştırmada kullanılacak modelin belirlenmesi için, sabit etkiler modelini sınamak amacıyla F-Testi ve tesadüfi etkiler modelini sınamak amacıyla da Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı (LM) Testi yapılmalıdır. Sabit etkiler modelini sınamak amacıyla F-Testi ve tesadüfi etkiler modelini sınamak amacıyla da Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı (LM) Testi yapıldıktan sonra, F Testinin sonucunda $Prob > F$ değeri 0,05'ten büyük olursa, H_0 hipotezi reddedilmez yani kabul edilirse, "Klasik Model" ve HEKK tahmincisinin kullanılması gerekmektedir. Aynı şekilde, LM Testinin sonucunda $Prob > \chi^2$ değeri 0,05'ten büyük olursa H_0 hipotezi reddedilmez yani kabul edilirse, LM Testinin sonucuda klasik modeli işaret ettiği için, çalışmaya klasik modelle devam edilmelidir. Fakat, LM testi sonucunda H_0 hipotezi kabul edilir, F-Testinin sonucunda da H_0 hipotezi reddedilirse "Sabit Etkiler Modeli"nin kullanılması; eğer LM testi sonucunda H_0 hipotezi reddedilir, F-Testi sonucunda da H_0 hipotezi kabul edilirse "Tesadüfi Etkiler Modeli"nin kullanılması daha doğru bir tercih olacaktır. Ancak F ve LM Testinin her ikisinin sonucunda da H_0 hipotezi reddedilmişse, modele sabit etkiler mi, yoksa tesadüfi etkiler modeli mi uygulanacağını belirlemek amacıyla, Hausman Testi yapılmalıdır. Bu aşamada Hausman Testinin sonucuna göre, H_0 hipotezi reddedilirse analize Sabit Etkiler Modeli üzerinden; eğer Hausman Testi sonucunda H_0 hipotezi kabul edilirse analize Tesadüfi Etkiler Modeli üzerinden devam edilmelidir (Tatoğlu, 2018: 79-129 ; Park, 2011: 15-17).

3.5.4. Panel Veri Analizinde Dirençli Tahminçiler ve Yöntemler

Panel veri analizi için kullanılan Klasik Model, Sabit Etkiler Modeli ve Tesadüfi Etkiler Modelinin doğru ve gerçeği yansıtan sonuçlar verebilmesi için bir takım varsayımlar bulunmaktadır. Klasik Model, Sabit Etkiler Modeli ve Tesadüfi Etkiler Modelinde bu varsayımlar test edilmeli, eğer bu varsayımlar sağlanmıyorsa dirençli tahminçiler kullanılmalıdır (Tatoğlu, 2018: 287-292).

Bu noktada hangi model ve hangi koşullar altında, hangi dirençli tahminçilerin tercih edileceğinin bilinmesi gerekmektedir. Dirençli tahminçilerin hangisinin seçileceğinin belirlenmesi için, bir takım varsayımların bilinmesi gerekmektedir. Bu noktada dirençli tahminçilerin hangisinin seçileceği aşağıdaki Tablo 3.3'te gösterilmiştir;

Tablo 3.3 – Dirençli Tahminciler Arasında Tercih Yapılması

Komut	Opsiyon	Dirençli Standart Hatalar	Notlar
reg, xtreg	robust	Heteroskedastik	Klasik, SE ve TE Model
reg xtreg	Cluster ()	Heteroskedastik ve otokorelasyonlu	Klasik, SE ve TE Model
xtregar		AR(1) korelasyonlu	SE ve TE Model
newey		Heteroskedastik ve MA (q) otokorelasyonlu	Klasik Model
xtgls	panels (), corr ()	Heteroskedastik, eşzamanlı birimler arası korelasyonlu ve AR(1) korelasyonlu	Klasik Model Standart hata tahminlerinin gerçekçi olması için $N < T$ istenilmektedir.
xtpcse	correlation	Heteroskedastik, eşzamanlı birimler arası korelasyonlu ve AR(1) korelasyonlu	Klasik Model Büyük ölçekli panellerde hesabı uzun zaman almaktadır.
xtscc		Heteroskedastik, birimler arası korelasyonlu ve MA(q) otokorelasyonlu	Klasik ve SE Model N ve T sonsuz giderken tutarlıdır.

Kaynak: Tatoğlu, 2018: 297

3.6.Araştırmanın Kısıtları

Her çalışmada olduğu gibi, bu araştırmada da bir takım kısıtlar bulunmaktadır. Bunlar;

- Çalışmayla şirketlerin 2014 yılından 2019 yılına kadarki 5 yıllık süreci ele alınmış, bu doğrultuda elde edilen sonuçlar bu yılları kapsamaktadır.
- Çalışma için BIST Metal Eşya, Makina Endeksi'nde faaliyet gösteren 29 şirket seçilmiş, bu 29 şirketten 2 sinin bazı verilerine ulaşılamaması sebebiyle de, çalışma 27 şirketle yürütülmüştür. Dolayısıyla araştırma bulguları sadece ilgili sektörün sonuçlarını yansıtmaktadır.

3.7.Araştırmanın Hipotezleri

Teorik bileşenler ve mevcut literatür incelenerek, yapılacak çalışma için bir takım hipotezler belirlenmiştir. Bu hipotezler aşağıdaki tabloda (Tablo 3.4) ifade edilmiştir;

Tablo 3.4 – Hipotezlerin Belirlenmesi

	Hipotezler
(1)	Ho1: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin aktif kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha1: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin aktif kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
(2)	Ho2: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin özkaynak kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha2: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin özkaynak kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
(3)	Ho3: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin kullanılan sermaye getirisi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha3: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin kullanılan sermaye getirisi üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
(4)	Ho4: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin vergi öncesi kârı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha4: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin vergi öncesi kârı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
(5)	Ho5: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin toplam varlık büyümesi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha5: Toplam sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin toplam varlık büyümesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
(6)	Ho6.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin aktif kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha6.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin aktif kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho6.2: Çevresel sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin aktif kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha6.2: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin aktif kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho6.3: Sosyal sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin aktif kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha6.3: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin aktif kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
(7)	Ho7.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin özkaynak kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha7.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin özkaynak kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho7.2: Çevresel sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin özkaynak kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha7.2: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin özkaynak kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho7.3: Sosyal sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin özkaynak kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha6.3: Sosyal sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin özkaynak kârlılığı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.

(8)	Ho8.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin kullanılan sermaye getirisi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha8.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin kullanılan sermaye getirisi üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho8.2: Çevresel sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin kullanılan sermaye getirisi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha8.2: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin kullanılan sermaye getirisi üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho8.3: Sosyal sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin kullanılan sermaye getirisi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha8.3: Sosyal sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin kullanılan sermaye getirisi üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
(9)	Ho9.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin vergi öncesi kârı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha9.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin vergi öncesi kârı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho9.2: Çevresel sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin vergi öncesi kârı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha9.2: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin vergi öncesi kârı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho9.3: Sosyal sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin vergi öncesi kârı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha9.3: Sosyal sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin vergi öncesi kârı üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
(10)	Ho10.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin toplam varlık büyümesi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha10.1: Ekonomik sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin toplam varlık büyümesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho10.2: Çevresel sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin toplam varlık büyümesi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha10.2: Çevresel sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin toplam varlık büyümesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.
	Ho10.3: Sosyal sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin toplam varlık büyümesi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ha10.3: Sosyal sürdürülebilirlik performans düzeyi, işletmelerin toplam varlık büyümesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip değildir.

3.8.Araştırmanın Bulguları

Çalışmada araştırmanın yöntemleri bölümünde açıklandığı şekilde Stata 15 paket programıyla panel regresyon analizi yapılmıştır. Bu bölümde Stata 15 programıyla yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular ifade edilecektir.

Çalışmada kullanacağımız tüm değişkenlere ait betimleyici istatistikler aşağıdaki şekilde gösterilmiştir;

Tablo 3.5 - Araştırma Değişkenlerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Dğşknlr	Gözlem Sayısı	Ortalama	Medyan	Standart Sapma	Minimum Değer	Maximum Değer
ROA	135	0.0837469	0.0608911	0.111507	-0.0948706	0.508654
ROE	135	0.1675917	0.1355528	0.1951937	-0.5626009	0.6068867
ROCE	135	0.2437074	0.2205897	0.2097968	-0.7154836	0.9902982
PBT	135	1.52e+08	2.16e+07	3.28e+08	-1.24e+08	1.76e+09
GTA	135	0.1901823	0.1593639	0.1968525	-0.2613242	0.9783986
EKO	135	11.76296	11	4.742956	3	25
CEV	135	20.23704	6	25.97249	1	81
SOS	135	26.16296	11	28.60049	2	105
TSS	135	58.16296	27	58.48564	8	204
SİZE	135	8.762869	8.636134	0.7308931	7.577.129	10.452.834

Yukarıdaki tablo göz önünde bulundurulduğunda çalışmada kullanılacak 10 değişken vardır. Bu değişkenler için tüm gözlem sayılarımızın aynı ve 135 tane olduğu görülmektedir. Bu durum, her bir birimin tüm zamanlar boyunca gözlendiğini yani çalışmada “dengeli panel”in söz konusu olduğu görülmektedir.

Tablo 3.5’te çalışmamızın bağımlı değişkenleri olan ROA, ROE, ROCE, PBT ve GTA değişkenlerinin ortalamalarının pozitif olduğu görülmektedir. Çalışmanın bağımsız değişkenleri olan EKO, CEV, SOS ve TSS değişkenlerinin standart sapmalarının yüksek olduğu da görülmektedir. Bu değişkenlerin minimum ve maximum değerleri arasındaki farkın büyük olması nedeniyle, bu değişkenlerin standart sapmaları yüksek çıkmıştır. Bunda çalışma kapsamına alınan şirketlerin bazılarının sürdürülebilirlik endeksinde yer alıp, sürdürülebilirlik raporlaması yapmasının etkisi büyüktür.

Çalışmada kullanılacak panel veri modelleri seçilmeden önce, çalışmada yer alan değişkenlerin durağanlık durumlarının incelenmesi gerekmektedir. Durağan olmayan serilerle yapılacak analizler, değişkenler arasında sahte ilişkilere yol açacak, bu da gerçeği yansıtmayan sonuçların elde edilmesine neden olacaktır. Bu sebeple panel regresyon analizi gerçekleştirmek için yapılacak model seçme analizlerinden önce değişkenlerin durağanlıklarının test edilmesi gerekmektedir. Durağanlık testinin yapılabilmesi için, öncelikle 1.Kuşak Birim Kök Testler ya da 2. Kuşak Birim Kök Testlerden hangilerinin kullanılacağını belirlemek gerekmektedir. Hangi değişkene, hangi kuşak birim kök testlerin yapılacağını belirlemek amacıyla, birimler arası kolerasyon testlerinden Pasaran (2004) CD Testi kullanılmıştır.

Pasaran CD Testi ADF regresyonunun tahmininden elde edilen kalıntıları kullanmakta ve her bir birimin kendisi dışında kalan tüm birimlerle kolerasyonunu hesaplamaktadır. Birimler arası kolerasyon (yatay kesit bağımlılığı) için CD Test'in sonuçları, değişkenlere hangi kuşak birim kök testlerin kullanılacağı konusunda yol göstermektedir. Hangi seriye hangi kuşak birim kök testin yapılacağına yatay kesit bağımlılıkla karar vermek şu açıdan önemlidir, eğer seride birimler arası kolerasyon varsa, 1.Kuşak birim kök testler bu kolerasyonu dikkate almamaktadır. Bu durumda durağanlığın test edilmesi için seriye 2.Kuşak birim kök testlerin yapılması gerekmektedir (Tatoğlu, 2018: 105).

Birimler arası kolerasyonu test etmek amacıyla yapılan CD Test sonuçlarına göre, hangi değişkene hangi kuşak birim kök testlerin yapılacağı aşağıdaki tabloda (Tablo 3.6) gösterilmiştir;

Tablo 3.6 - Birimler Arası Kolerasyonu Testi (CD Testi) Sonuçları

Değişkenler	CD-Test İstatistiği	Olasılık Değerleri	1.Kuşak Birim Kök Testler	2.Kuşak Birim Kök Testler
ROA	-0.54	0.589	✓	
ROE	-0.78	0.434	✓	
ROCE	5.49	0.000		✓
PBT	3.05	0.002		✓
GTA	3.95	0.000		✓
EKO	19.17	0.000		✓
CEV	9.99	0.000		✓
SOS	16.69	0.000		✓
TSS	19.71	0.000		✓
SİZE	32.92	0.000		✓

CD Testi sonucunda ROA ve ROE değişkenlerinin durağanlıklarının sınanması amacıyla, 1.Kuşak Birim Kök Testlerden Levin-Lin-Chu (LLC) ve Harris ve Tzavalis (HT) kök testleri uygulanmış, test sonuçlarına göre her iki değişkeninde durağan olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Geri kalan değişkenlere birimler arası kolerasyon (yatay kesit bağımlılığı) testi (CD Testi) sonucuna göre, 2.Kuşak Birim Kök Testler uygulanmıştır. Bu amaçla kalan değişkenlerin durağanlığının sınanması için, 2.Kuşak Birim Kök Testlerden “Im, Pesaran and Shin Testi” ve “Fischer Philips Perron Testi” yapılmıştır. Bu testlerin yapılmasından sonra elde edilen sonuçlar aşağıdaki tabloda (Tablo 3.7) gösterilmiştir;

Tablo 3.7 - 2.Kuşak Birim Kök Testlerle Durağanlığın Sınanması

Değişkenler	2.Kuşak Birim Kök Testler			
	Im, Pesaran and Shin Testi		Fischer Philips Perron Testi	
	Durum	1.Fark	Durum	1.Fark
ROCE	Durağan değil	Durağan	Durağan değil	Durağan
PBT	Durağan değil	Durağan	Durağan değil	Durağan
GTA	Durağan		Durağan	
EKO	Durağan değil	Durağan	Durağan değil	Durağan
CEV	Durağan		Durağan	
SOS	Durağan		Durağan	
TSS	Durağan		Durağan	
SIZE	Durağan		Durağan	

Yukarıdaki tabloda (Tablo 3.7) görüldüğü üzere, ROCE, PBT ve EKO değişkenleri birim kök içermektedir, yani durağan değildirler. Bu üç değişkeni durağan hale getirmek amacıyla 1.Farkları alınmış ve testler tekrar edilmiştir. 1.Farkların alınmasından sonra, bu üç değişkenin durağan hale geldikleri görülmüştür. Geri kalan GTA, CEV, SOS, TSS ve SIZE değişkenleri düzeyde durağandır.

Bu aşamadan sonra doğru tahmincinin belirlenmesine yönelik analizler her bir kurulan modelin bağımlı değişkeni için ayrı ayrı yapılacaktır. Bu modeller, aşağıda ifade edildiği gibidir;

$$(1) ROA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$(2) ROE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$(3) ROCE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$(4) PBT_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$(5) GTA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TSS_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$(6) ROA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$(7) ROE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$(8) ROCE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$(9) PBT_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$(10) GTA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 EKO_{it} + \beta_2 CEV_{it} + \beta_3 SOS_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + e_{it}$$

$$i = 1, \dots, 27$$

$$t = 1, \dots, 5$$

Yukarıdaki modellerin tahmininde uygun tahmincinin belirlenmesi için her modele ayrı ayrı olarak F-testi ve Breusch-Pagan LM testi yapılmıştır. F ve LM testleri sonucunda analiz için uygun olan modeller (klasik, sabit etkiler ve tesadüfi etkiler) aşağıda Tablo 3.8’de gösterilmiştir;

Tablo 3.8 – Analiz İçin Uygun Modellerin Belirlenmesi

Panel Veri Modeli	F-Testi		LM Testi		Hausman Testi		Sonuç
	Prob > F	Sonuç	Prob > chibar2	Sonuç	Prob > chi2	Sonuç	
(1)	0.0000	BSE	0.0000	BTE	0.3483	TEM	TEM
(2)	0.0000	BSE	0.0000	BTE	0.5862	TEM	TEM
(3)	0.9846	KM	1.0000	KM	-	-	KM
(4)	0.1926	KM	0.4321	KM	-	-	KM
(5)	0.0009	BSE	0.0795	KM	0.0001	SEM	SEM
(6)	0.0000	BSE	0.0000	BTE	0.0526	SEM	SEM
(7)	0.0000	BSE	0.0000	BTE	0.0051	SEM	SEM
(8)	0.9775	KM	1.0000	KM	-	-	KM
(9)	0.1576	KM	0.3509	KM	-	-	KM
(10)	0.0226	BSE	0.3109	KM	0.0105	SEM	SEM

*Not: Birim Sabit Etkiler (BSE), Birim Tesadüfi Etkiler (BTE), Klasik Model (KM), Sabit Etkiler Modeli (SEM) ve Tesadüfi Etkiler Modeli (TEM)

Yukarıdaki Tablo 3.8’de görüldüğü üzere; Panel Veri Modeli (1) ve (2) için yapılan F ve LM testlerinin sonucuna göre, hem birim sabit etkinin, hem de birim tesadüfi etkinin söz konusu olması sebebiyle, analize sabit etkilerle mi, yoksa tesadüfi etkilerle mi devam edileceğine karar vermek için, Hausman testine başvurulmuştur. Hausman testi sonucunda H_0 hipotezi reddedilememiş (H_0 hipotezi $\alpha < 0.05$ ’de reddedilmektedir) yani kabul edilmiştir. Bu sonuçla Panel Veri (1) ve (2) modelleri, Tesadüfi Etkiler Modeli (TEM)’yle analiz edilecektir.

Tablo 3.8’de görüldüğü üzere; Panel Veri Modeli (3), (4), (8) ve (9) için yapılan F ve LM testlerinin sonucuna göre H_0 hipotezi reddedilememiş (H_0 hipotezi $\alpha < 0.05$ ’de reddedilmektedir) yani kabul edilmiştir. Bu sonuçla, Panel Veri Modeli (3), (4), (8) ve (9) modelleri, Klasik Modelle (KM) analiz edilecektir.

Tablo 3.8’de görüldüğü üzere; Panel Veri Modeli (5) ve (10) için yapılan F-Testlerinin sonucuna göre birim sabit etki; LM testlerinin sonucuna göre ise, klasik model söz konusudur. Birim sabit etki modeli ve klasik model arasında tercih yapabilmek

amacıyla Hausman testi yapılmıştır. Hausman testinin sonucuna göre de, Panel Veri Modeli (5) ve (10) modelleri, Sabit Etkiler Modeli(SEM)'yle analiz edilecektir.

Tablo 3.8'de görüldüğü üzere; Panel Veri Modeli (6) ve (7) için yapılan F ve LM testlerinin sonucuna göre, hem birim sabit etkinin, hem de birim tesadüfi etkinin söz konusu olması sebebiyle, analize sabit etkilerle mi, yoksa tesadüfi etkilerle mi devam edileceğine karar vermek için, Hausman testine başvurulmuştur. Hausman testi sonucunda H_0 hipotezi reddedilmiştir (H_0 hipotezi $\alpha < 0.05$ 'de reddedilmektedir). Bu sonuçla Panel Veri (6) ve (7) modelleri, Sabit Etkiler Modeli (SEM)'yle analiz edilecektir. Panel Veri (6) modelinde Hausman Test sonucu (Prob > chi2) 0.0526 çıkmıştır. Sonucun 0.05 düzeyinde olması sebebiyle, Sabit Etkiler Modeli tercih edilecektir.

* Araştırmada kullanılacak modeller belirlendikten sonra, tesadüfi etkiler modelinin kullanılacağı Panel Veri Modeli (1) ve (2) için üç tesadüfi etki varsayım testleri olan heteroskedasite, otokorelasyonsuzluk ve birimler arası korelasyonsuzluk varsayım testleri uygulanacaktır.

✓ İlk olarak, Heteroskedasite varsayımının test edilmesi Levene, Brown ve Forsythe Testi yapılmış ve testin sonucunda,

- Panel Veri Modeli (1) ve (2) için, (W_0 , W_{50} ve W_{10}) değerlerine göre H_0 hipotezi reddedilmiş ve heteroskedasitenin var olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

✓ İkinci olarak, otokorelasyonsuzluğun sınanması için araştırma modelinde Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin Watson ve Baltagi-Wu Yerel En İyi Değişmez testi uygulanmıştır. Bu test sonucunda,

- Panel Veri Modeli (1) için, Bhargava et al. Durbin-Watson = 1.2476771 ve Baltagi-Wu LBI = 1.9407893;

- Panel Veri Modeli (2) için, Bhargava et al. Durbin-Watson = 1.5605648 ve Baltagi-Wu LBI = 2.2327276;

Bu sonuçlara göre Durbin-Watson değerlerinin kritik değer 2'den küçüktür, bu durumda model (1) ve (2) için tesadüfi etkiler modelinde birinci mertebeden otokorelasyon vardır yorumu yapılabilmektedir.

- ✓ Son olarak, birimler arası korelasyonsuzluğun sınanması amacıyla, Breusch ve Pagan Lagrange çarpanı testi yapılmış ve testin sonucunda,
 - Panel Veri Modeli (1)'in $\text{chibar}_2 = 92.50$ ve $\text{Prob} > \text{chibar}_2 = 0.0000$;
 - Panel Veri Modeli (2)'in $\text{chibar}_2 = 37.32$ ve $\text{Prob} > \text{chibar}_2 = 0.0000$ olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sonuçlara göre, söz konusu panel veri modellerinin H_0 hipotezi reddedilmekte ve dolayısıyla, birimler arası korelasyonun Panel Veri Modeli (1) ve (2) için var olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

*Yukarıdaki sonuçlara göre Panel Veri Modeli (1) ve (2) için, dirençli tahmincilerden olan, Driscoll-Kraay dirençli tahmincisi kullanılacaktır.

** Benzer şekilde, klasik modelinin kullanılacağı Panel Veri Modeli (3), (4), (8) ve (9) için iki klasik etki varsayım testleri olan heteroskedasite ve otokorelasyonsuzluk varsayım testleri uygulanacaktır.

- ✓ İlk olarak, Heteroskedasite varsayımının test edilmesi için White Testi yapılmış ve testin sonucunda,
 - Panel Veri Modeli (3)'ün $\text{chi}_2 = 5.68$ ve $\text{Prob} > \text{chi}_2 = 0.3387$;
 - Panel Veri Modeli (4)'ün $\text{chi}_2 = 43.31$ ve $\text{Prob} > \text{chi}_2 = 0.0000$;
 - Panel Veri Modeli (8)'in $\text{chi}_2 = 6.21$ ve $\text{Prob} > \text{chi}_2 = 0.9609$; ve
 - Panel Veri Modeli (9)'ün $\text{chi}_2 = 49.33$ ve $\text{Prob} > \text{chi}_2 = 0.0000$ olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sonuçlara göre, söz konusu panel veri modellerinden (4) ve (9)'da H_0 hipotezleri reddedilmiş, yani bu modellerde heteroskedasitenin var olduğuna ulaşılmıştır. Diğer panel veri modellerinden (3) ve (8)'de H_0 hipotezleri reddedilememektedir, bu modellerde heteroskedasite söz konusu değildir.

- ✓ İkinci olarak, otokorelasyonsuzluğun sınanması için Wooldridge Testi uygulanmıştır. Bu test sonucunda,
 - Panel Veri Modeli (3)'ün $\text{Prob} > F = 0.0898$;
 - Panel Veri Modeli (4)'ün $\text{Prob} > F = 0.0001$;
 - Panel Veri Modeli (8)'in $\text{Prob} > F = 0.2061$; ve
 - Panel Veri Modeli (9)'ün $\text{Prob} > F = 0.0000$ olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sonuçlara göre, söz konusu panel veri modellerinden (4) ve (9)'da H_0 hipotezleri reddedilmektedir, dolayısıyla bu modellerde birinci dereceden otokorelasyon vardır. Diğer panel veri modellerinden (3) ve (8)'de H_0 hipotezleri reddedilememektedir, dolayısıyla bu modellerde birinci dereceden otokorelasyon söz konusu değildir.

**Yukarıdaki sonuçlara göre Panel Veri Modeli (3), (4), (8) ve (9) için, dirençli tahmincilerden olan, Driscoll-Kraay dirençli tahmincisi kullanılacaktır.

*** Benzer şekilde, sabit etkiler modelinin kullanılacağı Panel Veri Modeli (5), (6), (7) ve (10) için üç sabit etki varsayım testleri olan heteroskedasite, otokorelasyonsuzluk ve birimler arası korelasyonsuzluk varsayım testleri uygulanacaktır.

- ✓ İlk olarak, Heteroskedasite varsayımının test edilmesi için Değiştirilmiş Wald Testi yapılmış ve testin sonucunda,
 - Panel Veri Modeli (5)'in $\chi^2(27) = 5883.59$ ve $\text{Prob} > \chi^2 = 0.0000$;
 - Panel Veri Modeli (6)'nın $\chi^2(27) = 3.3e+06$ ve $\text{Prob} > \chi^2 = 0.0000$;
 - Panel Veri Modeli (7)'nin $\chi^2(27) = 10920.35$ ve $\text{Prob} > \chi^2 = 0.0000$ ve
 - Panel Veri Modeli (10)'un $\chi^2(27) = 4076.18$ ve $\text{Prob} > \chi^2 = 0.0000$ olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sonuçlara göre, söz konusu panel veri modellerinin H_0 hipotezleri reddedilmekte, varyansın birimlere göre değiştiği anlaşılmakta ve böylece birimlere göre heteroskedasitenin Panel Veri Modeli (5), (6), (7) ve (10) için var olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- ✓ İkinci olarak, otokorelasyonsuzluğun sınanması için araştırma modelinde Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin Watson ve Baltagi-Wu Yerel En İyi Değişmez testi uygulanmıştır. Bu test sonucunda,
 - Panel Veri Modeli (5) için, Bhargava et al. Durbin-Watson = 1.7807006 ve Baltagi-Wu LBI = 2.0978375;
 - Panel Veri Modeli (6) için, Bhargava et al. Durbin-Watson = 1.2476771 ve Baltagi-Wu LBI = 1.9407893;
 - Panel Veri Modeli (7) için, Bhargava et al. Durbin-Watson = 1.5605648 ve Baltagi-Wu LBI = 2.2327276; ve

- Panel Veri Modeli (10) için, Bhargava et al. Durbin-Watson = 1.9382964 ve Baltagi-Wu LBI = 2.5486024 değerlerine ulaşılmıştır.

Bu sonuçlara göre Durbin-Watson değerlerinin kritik değer 2'den küçük olduğu ve model (5), (6), (7) ve (10) için sabit etkiler modelinde birinci mertebeden otokorelasyon var olduğu yorumu yapılabilmektedir.

- ✓ Son olarak, birimler arası korelasyonsuzluğun sınanması amacıyla, Pesaran testi uygulanmıştır. Test sonucunda, Panel Veri Modeli (5) için, Pr = 0.1851; Panel Veri Modeli (6) için, Pr = 0.7319; Panel Veri Modeli (7) için, Pr = 0.8862; ve Panel Veri Modeli (10) için, Pr = 0.0014 değerlerine ulaşılmıştır.

***Yukarıdaki sonuçlara göre Panel Veri Modeli (5), (6) ve (7) için, H_0 hipotezi reddedilememekte ve dolayısıyla, birimler arası kolerasyonun olmadığı sonucuna varılmıştır. Panel Veri Modeli (10) için, H_0 hipotezi reddedilmekte ve dolayısıyla, birimler arası kolerasyonun olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlara göre; Panel Veri Modeli (5), (6) ve (7) için, dirençli tahmincilerden Arellano, Froot ve Rogers tahmincisi ve Panel Veri Modeli (10) için dirençli tahmincilerden olan, Driscoll-Kraay dirençli tahmincisi kullanılacaktır.

3.8.1.Araştırmada Kullanılan Panel Veri Modellerine Göre Elde Edilen Regresyon Analizi Sonuçları ve Bulgular

Model tespiti ve varsayım testlerinin gerçekleştirilmesinin ardından, finansal başarıyı ölçen bağımlı değişkenlerle, sürdürülebilirlik performansını ölçen bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan regresyon analizleri aşağıda tablolar halinde sunulmuş ve açıklanmıştır.

Tablo 3.9 – Aktif Kârlılığın (ROA) Toplam Sürdürülebilirlik (TSS) Skoruyla İlişkisi (Araştırma Modeli 1)

Bağımlı Değişken: ROA		Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	TSS	0.0008669	0.0004142	0.036**
	SIZE	-0.0726447	0.028975	0.012**
R² değeri = 0.1044 Prob > chi2 = 0.0421 Not: *: p<0.1 **: p<0.05 ***: p<0.01				

Tablo 3.9'a göre; çalışmanın bu modelinde (Model 1), heteroskedasite ve otokorelasyon varlığında, tesadüfi etkiler modeli için uygun olan Driscoll ve Kraay (1998) tarafından geliştirilen, dirençli standart hatalar üreten Driscoll-Kraay tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.9'da gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > chi2 (0.0421) değeri, 0.05'ten küçüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tablo 3.9'da R^2 değerinin 0.1044 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu değer, model (1)'in bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki değişmeyi açıklama gücünü ifade etmektedir. Bağımlı değişkende (ROA) yaşanabilecek %10'luk bir değişimin, bu modeldeki bağımsız değişkenlerle (TSS, SIZE(kontrol değişkeni)) açıklanabileceğini belirtmektedir. Analiz sonucunda Model (1) için, bağımsız değişkenimiz olan sürdürülebilirlik performansının (TSS), aktif kârlılık (ROA) üzerinde istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durum Tablo 3.9'da TSS bağımsız değişkenimizin olasılık değerinin (0.036), 0,05'ten küçük olmasıyla açıkça görülmektedir. Bu sonuca göre sürdürülebilirlikle ilgili yapılan açıklama düzeyinin artması, aktif kârlılığı arttırmakta, yani olumlu yönde etkilemektedir. Model (1)'de $p(0.036) < 0.05$ olması sebebiyle, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.10 – Özkaynak Kârlılığının (ROE) Toplam Sürdürülebilirlik (TSS) Skoruyla İlişkisi (Araştırma Modeli 2)

Bağımlı Değişken: ROE		Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	TSS	0.0027989	0.0006248	0.000***
	SIZE	-0.1615129	0.0538079	0.003**
R^2 değeri = 0.2178 Prob > chi2 = 0.0000 Not: *: $p < 0.1$ **: $p < 0.05$ ***: $p < 0.01$				

Tablo 3.10'a göre; çalışmanın bu modelinde (Model 2), heteroskedasite ve otokorelasyon varlığında, tesadüfi etkiler modeli için uygun olan Driscoll ve Kraay (1998) tarafından geliştirilen, dirençli standart hatalar üreten Driscoll-Kraay tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.10'da gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > chi2 (0.0000) değeri,

0.05'ten küçüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tablo 3.10'da R^2 değerinin 0.2178 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu değer, model (2)'nin bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki değişmeyi açıklama gücünü ifade etmektedir. Bağımlı değişkende (ROE) yaşanabilecek %22'lik bir değişimin, bu modeldeki bağımsız değişkenlerle (TSS, SIZE(kontrol değişkeni)) açıklanabileceğini belirtmektedir. Analiz sonucunda Model (2) için, bağımsız değişkenimiz olan sürdürülebilirlik performansının (TSS), özkaynak kârlılığı (ROE) üzerinde istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durum Tablo 3.10'da TSS bağımsız değişkenimizin olasılık değerinin (0.000), 0,05'ten küçük olmasıyla açıkça görülmektedir. Bu sonuca göre, sürdürülebilirlikle ilgili yapılan açıklama düzeyinin artması, öz kaynak kârlılığını arttırmakta, yani olumlu yönde etkilemektedir. Model (2)'de $p(0.000) < 0.05$ olması sebebiyle, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.11 – Kullanılan Sermaye Getirisinin (ROCE) Toplam Sürdürülebilirlik (TSS) Skoruyla İlişkisi (Araştırma Modeli 3)

Bağımlı Değişken: ROCE		Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	TSS	0.0001771	0.0002155	0.471 – Aİ
	SIZE	0.0253361	0.0473205	0.630 – Aİ
R^2 değeri = 0.0273 Prob > F = 0.1510 Not: *: $p < 0.1$ **: $p < 0.05$ ***: $p < 0.01$ Aİ = Anlamsız İlişki				

Tablo 3.11'e göre; çalışmanın bu modelinde (Model 3), heteroskedasite ve otokorelasyon için yapılan analizlere göre, klasik model için uygun olan Driscoll ve Kraay (1998) tarafından geliştirilen, dirençli standart hatalar üreten Driscoll-Kraay tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.11'de gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > F (0.1510) değeri, 0.05'ten büyüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olmadığını göstermektedir. Tablo 3.11'de R^2 değerinin 0.0273 düzeyinde olduğu görülmektedir. R^2 değerinin %3 gibi düşük bir düzeyde olması, bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken olan Kullanılan

Sermaye Getirisi (ROCE) üzerinde meydana gelebilecek değişimleri açıklamada önemli bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. ROCE değişkeninde olabilecek değişimler, modelin bağımsız değişkeni (TSS) tarafından açıklanamamaktadır. Tüm bunlara ek olarak, bağımsız değişken TSS'nin olasılık değeri 0.05'ten büyüktür, yani istatistiki olarak da anlamlı bir ilişki yoktur. Tüm bunlar ışığında, Ho3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.12 – Vergi Öncesi Kârın (PBT) Toplam Sürdürülebilirlik (TSS) Skoruyla İlişkisi (Araştırma Modeli 4)

Bağımlı Değişken: PBT	Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	TSS	1020629	164812.1
	SIZE	-3916443	1.97e+07
R² değeri = 0.2314 Prob > F = 0.0001 Not: *: p<0.1 **: p<0.05 ***: p<0.01 AI = Anlamsız İlişki			

Tablo 3.12'ye göre; çalışmanın bu modelinde (Model 4), heteroskedasite ve otokorelasyon için yapılan analizlere göre, klasik model için uygun olan Driscoll ve Kraay (1998) tarafından geliştirilen, dirençli standart hatalar üreten Driscoll-Kraay tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.12'de gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > F (0.001) değeri, 0.05'ten küçüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tablo 3.12'de R² değerinin 0.2314 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu değer, model (4)'ün bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki değişmeyi açıklama gücünü ifade etmektedir. Bağımlı değişkende (PBT) yaşanabilecek %23'lük bir değişimin, bu modeldeki bağımsız değişkenlerle (TSS, SIZE (kontrol değişkeni)) açıklanabileceğini belirtmektedir. Analiz sonucunda Model (4) için, bağımsız değişkenimiz olan sürdürülebilirlik performansının (TSS), vergi öncesi kâr (PBT) üzerinde istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durum Tablo 3.12'de TSS bağımsız değişkenimizin olasılık değerinin (0.008), 0,05'ten küçük olmasıyla açıkça görülmektedir. Bu sonuca göre, sürdürülebilirlikle ilgili yapılan açıklama düzeyinin artması, vergi öncesi kârı arttırmakta, yani olumlu yönde

etkilemektedir. Model (4)'te $p(0.008) < 0.05$ olması sebebiyle, Ho4 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.13 – Toplam Varlıklarda Büyümenin (GTA) Toplam Sürdürülebilirlik (TSS) Skoruyla İlişkisi (Araştırma Modeli 5)

Bağımlı Değişken: GTA		Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	TSS	-0.0025283	0.0011666	0.040**
	SIZE	0.6512618	0.1630344	0.000***
R² değeri = 0.1812 Prob > F = 0.0019 Not: *: p<0.1 **: p<0.05 ***: p<0.01 Aİ = Anlamsız İlişki				

Tablo 3.13'e göre; çalışmanın bu modelinde (Model 5), heteroskedasite ve otokorelasyon var olduğu, birimler arası korelasyonun olmadığı sabit etkiler modeli için uygun olan dirençli tahmincilerden Arellano, Froot ve Rogers tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.13'te gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > F (0.0019) değeri, 0,05'ten küçüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tablo 3.13'te R² değerinin 0.1812 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu değer, model (5)'in bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki değişmeyi açıklama gücünü ifade etmektedir. Bağımlı değişkende (GTA) yaşanabilecek %18'lik bir değişimin, bu modeldeki bağımsız değişkenlerle (TSS, SIZE (kontrol değişkeni)) açıklanabileceğini belirtmektedir. Analiz sonucunda Model (5) için, bağımsız değişkenimiz olan sürdürülebilirlik performansının (TSS), Toplam Varlıklarda Büyüme (GTA) üzerinde istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durum Tablo 3.13'te TSS bağımsız değişkenimizin olasılık değerinin (0.040), 0,05'ten küçük olmasıyla açıkça görülmektedir. Bu sonuca göre, sürdürülebilirlikle ilgili yapılan açıklama düzeyinin artması, toplam varlıkları arttırmakta, yani olumlu yönde etkilemektedir. Model (5)'te $p(0.040) < 0.05$ olması sebebiyle, Ho5 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.14 – Aktif Kârlılığın (ROA) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla (EKO, CEV ve SOS) İlişkisi (Araştırma Modeli 6)

Bağımlı Değişken: ROA		Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	EKO	0.0053645	0.002761	0.063*
	CEV	0.0065264	0.0042342	0.135 – Aİ
	SOS	0.0024985	0.0022745	0.282 – Aİ
	SIZE	-0.0779389	0.0713458	0.285 – Aİ
R² değeri = 0.1568 Prob > F = 0.0151 Not: *: p<0.1 **: p<0.05 ***: p<0.01 Aİ = Anlamsız İlişki				

Tablo 3.14'e göre; çalışmanın bu modelinde (Model 6), heteroskedasite ve otokorelasyon var olduğu, birimler arası korelasyonun olmadığı sabit etkiler modeli için uygun olan dirençli tahmincilerden Arellano, Froot ve Rogers tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.14'te gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > F (0.0151) değeri, 0.05'ten küçüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tablo 3.14'te R² değerinin 0.1568 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu değer, model (6)'nın bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki değişmeyi açıklama gücünü ifade etmektedir. Bağımlı değişkende (ROA) yaşanabilecek %16'lık bir değişimin, bu modeldeki bağımsız değişkenlerle (EKO, CEV, SOS ve SIZE(kontrol değişkeni)) açıklanabileceğini belirtmektedir. Analiz sonucunda Model (6) için, bağımsız değişkenlerimiz olan sürdürülebilirlik performans değişkenlerinden (EKO, CEV, SOS), EKO'nun Aktif Kârlılık (ROA) üzerinde istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu; CEV'in ise, Aktif Kârlılıkla anlamlılık düzeyi p<0.1'e yakın olması sebebiyle bir ilişkinin olabileceğinden bahsedilebilir. Fakat SOS bağımsız değişkenimiz için herhangi bir anlamlı ilişkiden söz edilememektedir. Söz konusu bu durumlar Tablo 3.14'te görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sürdürülebilirlikle ilgili yapılan açıklama düzeylerinden EKO arttıkça, aktif kârlılığı arttırmakta, yani olumlu yönde etkilemektedir. Bu sonuçlara göre; Ho6.1 hipotezi kabul edilmiş, Ho6.2 ve Ho6.3 hipotezleri ise reddedilmiştir.

Tablo 3.15 – Özkaynak Kârlılığının (ROE) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla (EKO, CEV ve SOS) İlişkisi (Araştırma Modeli 7)

Bağımlı Değişken: ROE		Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	EKO	0.0095283	0.0063421	0.145 – Aİ
	CEV	0.0326356	0.0158945	0.050
	SOS	-0.002925	0.0070961	0.684 – Aİ
	SIZE	-0.2495836	0.1713946	0.157 – Aİ
R² değeri = 0.2517 Prob > F = 0.0362 Not: *: p<0.1 **: p<0.05 ***: p<0.01 Aİ = Anlamsız İlişki				

Tablo 3.15'e göre; çalışmanın bu modelinde (Model 7), heteroskedasite ve otokorelasyon var olduğu, birimler arası korelasyonun olmadığı sabit etkiler modeli için uygun olan dirençli tahmincilerden Arellano, Froot ve Rogers tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.15'te gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > F (0.0362) değeri, 0.05'ten küçüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tablo 3.15'te **R²** değerinin 0.2517 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu değer, model (7)'nin bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki değişmeyi açıklama gücünü ifade etmektedir. Bağımlı değişkende (ROE) yaşanabilecek %25'lik bir değişimin, bu modeldeki bağımsız değişkenlerle (EKO, CEV, SOS ve SIZE (kontrol değişkeni)) açıklanabileceğini belirtmektedir. Analiz sonucunda Model (7) için, bağımsız değişkenlerimiz olan sürdürülebilirlik performans değişkenlerinden (EKO, CEV, SOS), CEV'in Özsermaye Kârlılığı (ROE) üzerinde istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu; EKO'nun ise Özsermaye Kârlılığıyla anlamlılık düzeyi p<0.1'e yakın olması sebebiyle bir ilişkinin olabileceğinden bahsedilebilir. Fakat SOS bağımsız değişkenimiz için herhangi bir anlamlı ilişkiden söz edilememektedir. Söz konusu bu durumlar Tablo 3.15'te görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sürdürülebilirlikle ilgili yapılan açıklama düzeylerinden CEV arttıkça, özsermaye kârlılığını arttırmakta, yani olumlu yönde etkilemektedir. Bu sonuçlara göre; Ho7.2 hipotezi kabul edilmiş, Ho7.1 ve Ho7.3 hipotezleri ise reddedilmiştir.

Tablo 3.16 – Kullanılan Sermaye Getirisinin (ROCE) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla (EKO, CEV ve SOS) İlişkisi (Araştırma Modeli 8)

Bağımlı Değişken: ROCE		Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	EKO	0.0259124	0.0107377	0.095*
	CEV	-0.0013658	0.002002	0.544 – Aİ
	SOS	0.0011374	0.0021236	0.629 – Aİ
	SIZE	0.0365815	0.0515936	0.529 – Aİ
R² değeri = 0.0731 Prob > F = 0.2724 Not: *: p<0.1 **: p<0.05 ***: p<0.01 Aİ = Anlamsız İlişki				

Tablo 3.16'ya göre; çalışmanın bu modelinde (Model 8), heteroskedasite ve otokorelasyon için yapılan analizlere göre, klasik model için uygun olan Driscoll ve Kraay (1998) tarafından geliştirilen, dirençli standart hatalar üreten Driscoll-Kraay tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.16'da gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > F (0.2724) değeri, 0.05'ten büyüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olmadığını göstermektedir. Tablo 3.16'da **R²** değerinin 0.0731 düzeyinde olduğu görülmektedir. **R²** değerinin %7 gibi düşük bir düzeyde olması, bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken olan Kullanılan Sermaye Getirisi (ROCE) üzerinde meydana gelebilecek değişimleri açıklamada önemli bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Bağımlı değişkenimizle (ROCE), bağımsız değişkenlerimiz arasında, sadece EKO değişkeni p<0.1 anlamlılık düzeyinde ilişkinin olduğunu göstermektedir. Ancak panel veri modeli (8)'in anlamlı olmaması sebebiyle, Ho8.1, Ho8.2 ve Ho8.3 hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 3.17 – Vergi Öncesi Kârın (PBT) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla (EKO, CEV ve SOS) İlişkisi (Araştırma Modeli 9)

Bağımlı Değişken: PBT		Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	EKO	1.28e+07	4763078	0.075*
	CEV	7818251	6731376	0.329 – Aİ
	SOS	3291759	1503642	0.116 – Aİ
	SIZE	4.12e+07	5.16e+07	0.482 – Aİ
R² değeri = 0.1167 Prob > F = 0.0286 Not: *: p<0.1 **: p<0.05 ***: p<0.01 Aİ = Anlamsız İlişki				

Tablo 3.17'ye göre; çalışmanın bu modelinde (Model 9), heteroskedasite ve otokorelasyon için yapılan analizlere göre, klasik model için uygun olan Driscoll ve Kraay (1998) tarafından geliştirilen, dirençli standart hatalar üreten Driscoll-Kraay tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.17'de gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > F (0.0286) değeri, 0.05'ten küçüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tablo 3.17'de R^2 değerinin 0.1167 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu değer, model (9)'un bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki değişmeyi açıklama gücünü ifade etmektedir. Bağımlı değişkende (PBT) yaşanabilecek %12'lik bir değişimin, bu modeldeki bağımsız değişkenlerle (EKO, CEV, SOS ve SIZE (kontrol değişkeni)) açıklanabileceğini belirtmektedir. Analiz sonucunda Model (9) için, bağımsız değişkenlerimiz olan sürdürülebilirlik performans değişkenlerinden (EKO, CEV, SOS), EKO'nun Vergi Öncesi Kâr (ROE) üzerinde $p < 0.1$ anlamlılık düzeyinde, istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu; SOS'un ise Vergi Öncesi Kâr ile anlamlılık düzeyi $p < 0.1$ 'e yakın olması sebebiyle bir ilişkinin olabileceğinden bahsedilebilir. Fakat CEV bağımsız değişkenimiz için herhangi bir anlamlı ilişkiden söz edilememektedir. Söz konusu bu durumlar Tablo 3.17'te görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sürdürülebilirlikle ilgili yapılan açıklama düzeylerinden EKO arttıkça, vergi öncesi kârı arttırmakta, yani olumlu yönde etkilemektedir. Bu sonuçlara göre; $H_09.1$ hipotezi kabul edilmiş, $H_09.2$ ve $H_09.3$ hipotezleri ise reddedilmiştir.

Tablo 3.18 – Toplam Varlıklarda Büyümenin (GTA) Sürdürülebilirlik Skorlarıyla (EKO, CEV ve SOS) İlişkisi (Araştırma Modeli 10)

Bağımlı Değişken: GTA		Kat Sayılar	Standart Hatalar	Olasılık (Anlamlılık Düzeyi)
Bağımsız Değişkenle	EKO	0.0079065	0.0059817	0.278 – Aİ
	CEV	0.0008412	0.0068715	0.910 – Aİ
	SOS	-0.0085441	0.0099294	0.453 – Aİ
	SIZE	0.8020312	0.1970781	0.027 – Aİ
R^2 değeri = 0.1762 Prob > F = 0.0008 Not: *: $p < 0.1$ **: $p < 0.05$ ***: $p < 0.01$ Aİ = Anlamsız İlişki				

Tablo 3.18'e göre; çalışmanın bu modelinde (Model 10), heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arası korelasyonun var olduğu sabit etkiler modeli için uygun olan Driscoll ve Kraay (1998) tarafından geliştirilen, dirençli standart hatalar üreten Driscoll-Kraay tahmincisinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizinin sonuçları yukarıdaki Tablo 3.18'de gösterilmiştir. Regresyon analizinin sonucuna göre Prob > F (0.0008) değeri, 0.05'ten küçüktür. Bu, modelin istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tablo 3.18'de R^2 değerinin 0.1762 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu değer, model (10)'un bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki değişmeyi açıklama gücünü ifade etmektedir. Bağımlı değişkende (GTA) yaşanabilecek %18'lik bir değişimin, bu modeldeki bağımsız değişkenlerle (EKO, CEV, SOS ve SIZE (kontrol değişkeni)) açıklanabileceğini belirtmektedir. Analiz sonucunda Model (10) için, bağımsız değişkenlerimiz olan sürdürülebilirlik performans değişkenlerinden (EKO, CEV, SOS) EKO CEV ve SOS'un, Toplam Varlıklarda Büyüme (GTA) üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre, Ho10.1, Ho10.2 ve Ho10.3 hipotezleri reddedilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Geçmişten günümüze kadar birçok değişiklik geçiren ve önemi giderek artan sürdürülebilirlik konusu, günümüz şirketlerinin sürdürülebilirlik raporlaması yaptıkları, ekonomik, çevresel ve sosyal konularla ilgili faaliyetlerinden bahsettikleri bir anlayışa dönüşmüştür. Artık günümüzde, yatırımcılar yatırım kararı alırken, işletmelerin sürdürülebilirlik raporlarından faydalanmaktadır. Yatırımcılar, işletmelerin sürdürülebilirlik raporlarının yanı sıra, sürdürülebilirlik endekslerinden de yararlanmaktadırlar. Bu endeksler ve raporlar, işletmelerin sürdürülebilirlik performanslarını değerlendirmede yatırımcılara yardımcı olmaktadır.

Uluslararası anlamda geçmişi çok eskilere dayanan sosyal sorumluluk kavramının, daha da genişletilmesi sonucunda ortaya çıkan sosyal sorumluluk raporlaması, çok eskiye dayanan bir kavram değildir. Bu raporlamanın kapsamının daha da genişletilmesi sonucunda da, Sürdürülebilirlik Raporlaması ve bu raporlama için geliştirilen standartlar ortaya çıkmıştır. Uluslararası camiada büyük önem taşıyan bu raporlar ve endeksler, ülkemizde sürdürülebilirlik raporlaması yapan şirket sayısının azlığı, Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksinin çok eski sayılamayacak bir geçmişinin

olması gibi nedenlerle, sürdürülebilirlik ve finansal performans arasındaki ilişkiyi ölçecek çalışmalar yapmak güçleşmektedir.

Şirketlerin sürdürülebilirlik raporlaması yapmaları veya kurumsal sosyal sorumluluklarının farkında olarak faaliyetlerini yürütmelerinin, finansal performansları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu sürekli olarak merak konusu olmuştur. Bu merakı gidermek amacıyla, bu çalışmada BİST Metal Eşya, Makina Endeksi'nde faaliyet gösteren 27 şirketin, sürdürülebilirlik raporlaması yapmalarının finansal performansları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, BİST Metal Eşya, Makina Endeksinde faaliyet gösteren şirketlerin GRI çerçevesinde “Ekonomik”, “Çevresel”, “Sosyal” ve “Toplam Sürdürülebilirlik Skorları” hesaplanmıştır. Sürdürülebilirlik skorları elde edilen şirketlerin, finansal performansını ölçmek amacıyla da, araştırmayla ilgili olan çalışmalar taranmış ve benzer çalışmalarda kullanılmış olan finansal oranlar belirlenmiştir. Şirketlerin sürdürülebilirlik performansıyla, finansal performansı arasındaki ilişkinin değerlendirilebilmesi için, panel veri regresyon analizi yapılmış ve sürdürülebilirlik raporlamasının, finansal performans üzerindeki etkisi araştırılarak, elde edilen sonuç ve bulgular açıklanmıştır. Araştırma için, BİST Metal Eşya, Makina Endeksinde faaliyet gösteren şirketlerin seçilmesinin temel nedeni, bu endekste faaliyet gösteren şirketlerin bir kısmının, BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde de faaliyet gösteriyor olmasıdır.

Söz konusu şirketlerin 2014-2018 yılları arasındaki (5 yıllık dönem) raporları incelenmiş ve toplanan veriler kullanılarak Panel regresyon analizi yapılmıştır. Çalışmada bağımlı değişkenlerle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi için, 10 model kullanılmıştır. Bu 10 model için yapılan analiz sonuçlarına göre; analiz için kullanılan 1.grup panel veri modellerimizin (Model (1), (2), (3), (4) ve (5)) bağımsız değişkeni olan, “Toplam Sürdürülebilirlik Skoru”nun, şirketlerin “Aktif Kârlılığı”, “Özkaynak Kârlılığı”, “Vergi Öncesi Kâr” ve “Toplam Varlıklarda Büyüme Oranı”yla istatistiki olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişkisi olduğu görülmüştür. Yine 1.grup panel veri modellerimizden birinin bağımlı değişkeni olan, “Kullanılan Sermaye Getirisi Oranı”yla, “Toplam Sürdürülebilirlik Skoru” arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişkiye rastlanamamıştır.

Çalışmada analiz için kullanılan 2.grup panel veri modellerimizden (Model (6), (7), (8), (9) ve (10)), “Aktif Kârlılık” bağımlı değişkenimizle, şirketlerin ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik açıklamaları arasında istatistiki olarak anlamlı, çevresel sürdürülebilirlik açıklamalarıyla arasında anlamsız bir ilişki olduğu; “Özsermaye Kârlılığı” bağımlı değişkenimizle, şirketlerin çevresel sürdürülebilirlik açıklamaları arasında istatistiki olarak anlamlı, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik açıklamaları arasında anlamsız bir ilişki olduğu; kullanılan sermaye getirisi bağımlı değişkenimizle şirketlerin ekonomik sürdürülebilirlik açıklamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olmasına rağmen modelin istatistiki olarak anlamsız olduğu; vergi öncesi kâr bağımlı değişkenimizle şirketlerin ekonomik ve sosyal (%10 önem seviyesinde) sürdürülebilirlik açıklamaları arasında istatistiki olarak anlamlı, çevresel sürdürülebilirlik açıklamaları arasında anlamsız bir ilişki olduğu; ve toplam varlıklarda büyüme oranı bağımlı değişkenimizle şirketlerin ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik açıklamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olmadığı gözlenmiştir.

Çalışmanın sonuçlarına göre; sürdürülebilirlik performans göstergelerine ilişkin açıklanan bilgi düzeyinin “Aktif Kârlılık”, “Özsermaye Kârlılığı”, “Vergi Öncesi Kâr” ve “Toplam Varlıklarda Büyüme” oranları üzerinde etkisinin olduğu ve bu noktada sürdürülebilirlik endeksinde yer alıp sürdürülebilirlik raporlaması yapıyor olmanın finansal performans üzerinde bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Özetle bu çalışmada, sürdürülebilirlik performans düzeyindeki artışın, finansal performans üzerinde büyük ölçüde etkiye sahip olduğu ortaya konmuştur. Şirketlerin sürdürülebilirlik raporlaması yapmaları sürdürülebilirlik performanslarını arttırmakta, sürdürülebilirlik performans düzeyindeki artışta, şirketlerin finansal performansını büyük ölçüde olumlu yönde etkilemektedir. Tüm bunlar ışığında, sürdürülebilirlik endeksinde yer alıp, sürdürülebilirlik raporlaması yapıyor olmanın önemi bu çalışmayla ortaya konmuştur. İlerleyen yıllarda, ülkemizde GRI ilkelerini benimseyerek sürdürülebilirlik raporlaması yapan şirket sayısının artacak olması, daha kapsamlı çalışmalar yaparak, sürdürülebilirlik raporlamasıyla ilgili daha kesin yargılara varma imkânını olanaklı hale getirecektir.

KAYNAKÇA

- 1 Seri No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (Yayın Tarihi: 26.12.1992),
<https://www.ismmmo.org.tr/Mevzuat/1-Seri-No-lu-Muhasebe-Sistemi-Uygulama-Genel-Tebli-26-12-1992---3997> (12.04.2019)
- Acar, D. ve Tetik, N., (1999), Tekdüzen Hesap Planına Uygun Genel Muhasebe, Süleyman Demirel Üniversitesi Yayını, Isparta.
- Acar, D. ve Tetik, N., (2013), Genel Muhasebe, Detay Yayıncılık, Ankara.
- AccountAbility, □ AA1000APS Hesap Verebilirlik Prensipleri Standardı, <https://www.accountability.org/about-us/about-accountability/>, (26.04.2019).
- Akbaş, E., *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Tüketici Marka Bağlılığına Etkisinin Araştırılması*, T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale, (2010).
- Akgül, U., (2010), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramına Sosyal Antropolojik Bir Yaklaşım”, *Ankara Üniversitesi DTCF Antropoloji Dergisi*, P.2, S.24, (133-164).
- Akgül, U., (2010), “Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, P.2, S.24, (133-164).
- Akgün, A. İ. ve Kılıç, S., (2015), “Muhasebe Bilgi Sisteminin İşletme Yönetiminin Etkinliği Üzerindeki Etkisi”, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, C.20, S.2, (22-39).
- Akkoyunlu, G. Ş. ve Kalyoncuoğlu, S., (2014), “İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Marka Algısı Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi”, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.7, S.3, (125-144).
- Aksoy, Ç., *Sürdürülebilirlik Performansının Değerlendirilmesine Yönelik Ölçek Önerisi ve Türkiye'deki İşletmelerde Uygulanması*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, (2013).
- Aksoy, Y., (2009), “İzmir İktisat Kongreleri Işığında Küreselleşme ve Dünya Krizi”, *Egiad Yarın Dergisi*, S.23, (17-25).
- Aksu, C., (2011), “Sürdürülebilir Çevre ve Kalkınma”, *Güney Ege Kalkınma Ajansı*.

- Aktan, C. C. Ve Vural, İ. Y., (2007), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler)”, *Çimento İşveren Dergisi*, C21, S.3, (1-22).
- Aktan, C. ve Börü, D., (2007), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İGİAD Yayını, İstanbul.
- Aktan, Ç. C., (1999), *Meslek Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*, Arı Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği, İstanbul.
- Aktaş, R. - Kayalidere, K. - Kargin, M., (2013), “Corporate Sustainability Reporting and Analysis of Sustainability Reports in Turkey, *International Journal of Economics and Finance*, C.5, S.3, (113-125).
- Alakavuklar, O. N., Kılıçaslan, S., & Öztürk, E. B. (2009). Türkiye'de Hayırseverlikten Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Geçiş: Bir Kurumsal Değişim Öyküsü. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 9, Sayı 2.
- Allouche, J., ve Laroche, P. (2005). “A Meta-Analytical Investigation Of The Relationship Between Corporate Social And Financial Performance”, *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, (18-41).
- Altınay, A., Kaki, B., Kestane, A., Soba, M., Dinçer, Ö., ve Şık, E. (2017). “Sürdürülebilirlik Endeksinin Bankacılık Sektörü Hisse Senedi Değerlerine Etkileri, BİST Sürdürülebilirlik Endeksi Üzerine Bir İnceleme”, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, C.17, S.34, (208-229).
- Altun, N., (2018), “Finansal Olmayan Bilgilerin Raporlanmasında Küresel Raporlama İlkeleri”, *Academic Review of Humanities and Social Sciences*, V.1, S.1, (31-49).
- Angay, B., (2007), “Sosyal Raporlama ve Türkiye’deki Halka Açık Şirketlerin Sosyal Raporlama Yaklaşımları”, *Muhasebe ve Bilim Dünyası Dergisi*, C.9, S.1.
- Aras, G. ve Sarioğlu, G. U., (2015), *Kurumsal Raporlamada Yeni Dönem: Entegre Raporlama*, TÜSİAD Yayınları, İstanbul.
- Aras, G., Aybars, A., ve Kutlu, Ö. (2011), “Investigating The Relationship Between Corporate Social Responsibility And Financial Performance In Emerging Markets”, *International Journal Of Productivity And Performance Management*, Vol.59 No.3, (229-254).
- Argüden, Y., (2002), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, Rota Yayın, İstanbul.

- Argüden, Y., *Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Faydaları*,
<http://www.arguden.net/tr/makaleler/kurumsal-sosyal-sorumlulugun-faydaları/>,
 (12.02.2019).
- Arıkan, S., (1995), “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı, *Hacettepe İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.13, (171-180).
- Arsoy, A., Arabacı, Ö., ve Çiftçioğlu, A. (2012), “Corporate Social Responsibility and Financial Performance Relationship: The Case Of Turkey”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ocak 2012, (159-176).
- Aslanova, B., *Azerbaycanda Faaliyet Gösteren İşletmelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Sorumluluk Anlayışı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bakü, (2015).
- Atabay, N. A. - Parlakkaya, R.- Alagöz, A., (2003). *Genel Muhasebe*. Dizgi Ofset, Konya.
- Ataç, D., (1982), “İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları”, *Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi*, C.18, S.1, (104-109).
- Ataman, G., (2001), *İşletme Yönetimi; Temel Kavramlar ve Yeni Yaklaşımlar*, Türkmen Kitapevi. İstanbul.
- Ateş, B. A. ve Senal, S., (2012), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu: Süleyman Demirel Üniversitesi’nde Bir Araştırma”, *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.16, S.1, (71-85).
- Aupperle, K. E.- Carroll, A. B.- Hatfield, J. D., (1985), “An Emprical Exemination of the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Profitability, *Academy of Management Journal*, V.28, N.2.
- Ay, Ü., (2000), *İşletme Amaçları ve Sosyal Sorumluluğu*, 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Erciyes Üniversitesi Yayınları Nevşehir.
- Aydede, C., (2007), *Yükselen Trend: Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, MediaCat, İstanbul.
- Aydınalp, G. I., (2013), *Halkla ilişkiler Ekseninde Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, Nobel Yayınları, İstanbul.
- Badi, H. B., (1995), *Econometric Analysis of Panel Data*, John Wiley & Sons Ltd, England.
- Barney, J., (1991), “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, *Journal of Management*, C.17, S.1, (99-120).

- Baron D. P. (1993), *Business and Its Environment*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.,.
- Bartol, K. M. ve Martin, D. C., (1994), *Management*, McGraw-Hill Company, New York.
- Başar, A. B., (2014), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki Borsa İstanbul’da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma”, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, C.21, S.2, (59-72).
- Başar, B. ve Başar, M., (2016), “Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Türkiye'deki Durumu”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.2, (213-230).
- Bayrak, S., (2001), *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Bayraktar, G.- İlter, B.- Tanyeri, M., (2009), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru*, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Bayraktutan, Y. ve Uçak, S., (2011), “Ekolojik İktisat ve Kalkınmanın Sürdürülebilirliği”, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, C.3, S.4, (17-36).
- Bayram, S., (2012), “Osmanlı Devleti'nde Ekonomik Hayatın Yerel Unsurları: Ahilik Teşkilâtı Ve Esnaf Loncaları”, *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C.21, (81-115).
- Becan, C., (2011), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Paydaş Teorisi Ve İletişim Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi”, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, C.7, S.1, (16-35).
- Belu, C. (2009), “Ranking Corporations Based on Sustainable and Socially Responsible Practices”, *A Data Envelopment Analysis (DEA) Approach. Sustainable Development*, 17, (257-268).
- Bengü, H. ve Can, A. V., (2009), “Çevre Muhasebesinin Muhasebenin Temel Kavramlarından "Sosyal Sorumluluk Kavramı" Bağlamında Temellendirilmesi”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.7, S.1, (155-160).
- Berkman, A. Ü., (2007), “İşletmelerin Toplumsal Sorumluluğuna İlişkin Türkiye'de ki Akademik Çalışmalardan Bazı Örnekler ve Gözlemler”, *Yönetim Dergisi*, Y.18, S.56, (3-5).

- Biçer, A. A.- Akarçay, V.- Mülküt, U., (2017), “Etik Değerlerin Muhasebe Mesleğinin İtibarı Üzerindeki Rolü”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Y.16, S.31, (97-200).
- Bikmen, F.- Meydanoğlu, Z., (2006), *Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı, Sivil Toplum ve Hayırseverlik Araştırmaları 2004-2006, Araştırma Bulguları ve Çözüm Önerileri*, Tüsev Yayınları.
- Bikmen, F. ve Meydanoğlu, Z., (2006), “Türkiye’de Vakıflar ve Sosyal Yatırımın Geleceği”, *Sivil Toplum Dergisi*, S.4.
- BİST Sürdürülebilirlik Rehberi, (2014), *Sürdürülebilirlik İçin Sürdürülebilirlik Rehberi*, Borsa İstanbul.
- BİST Sürdürülebilirlik Endeksi, <https://www.borsaistanbul.com/endeksler/bist-pay-endeksleri/surdurulebilirlik-endeksi>, (20.05.2019).
- Bloom, P. N. ve Gundlach, G. T., (2001), *Handbook of Marketing and Society*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Bone, L. E. ve Kurtiz, D. L., (1999), *Management*, McGraw Hill, New York: Fourth Edition.
- Boran, T. G., (2011), *Türkiye’den Uygulama Örnekleriyle Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Bowen, H. R., (1953), *Social Responsibilities of the Businessman*, Harper, New York.
- Brine, M., Brown, R., ve Hackett, G. (2006), “Corporate Social Responsibility and Financial Performance in The Australian Context”, *Economic Round-Up*: (47-58).
- Brown, T. J. ve Dacin, P. A., (1997), “The Company And The Product: Corporate Association And Consumer Product Responses”, *Journal Of Marketing*, January 1997, V. 61.
- Bucholz, R. A., (1985), *Essentials of Public Policy For Management*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Burhan, A. H., & Rahmanti, W. (2012), “The Impact Of Sustainability Reporting On Company Performance”, *Journal Of Economics, Business, And Accountancy Ventura*, Vol. 15, No. 2, (257–272).
- Burke, L. ve Logsdon, J. M., (1996), How Corporate Social Responsibility Pays Off. *Long Range Planning*, V.29, N.4.

- Carroll, A. B., (1991), *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholder*.
- Carroll, A. B., (1999), Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct, *Business & Society*.
- Ceritoğlu, A. B., (2011), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, Yalın Yayıncılık, İstanbul.
- Certo, S. C., (1997), *Modern Management: Diversity, Quality, Ethics and Global Environment, Seventh Edition*, Upper Saddle River, A Simon & Schuster Co, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Certo, S. C. ve Peter, P. J., (1991), *Strategic Management Concept and Applications, Second Edition*, New York: McGraw-Hill Inc.
- Charlo, M. J., Moya, I., ve Muñoz, A. M. (2015), ‘‘Sustainable Development and Corporate Financial Performance: A Study Based on the FTSE4Good IBEX Index’’, *Business Strategy and the Environment*, Vol.24, Issue.4, (277-288).
- Cheung, A. W., (2011), Do Stock Investors Value Corporate Sustainability? Evidence From an Event Study. *Journal of Business Ethics*, S.99,(145–165).
- Civelek, H. ve Gökçearslan, A., (2017), ‘‘Kurumsal Faaliyet Raporlarının Grafik Tasarım Ürünü Olarak İncelenmesi: Aspen Sigorta Holding Örneği’’, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.52, (160-180).
- Clikeman, P. M., (2004), ‘‘Return of The Socially Conscious Corporation’’, *Strategic Finance April*, (23-27).
- Collison, D. J., Cobb, G., Power, D. M., ve Stevenson, L. A. (2008), ‘‘The Financial Performance of the FTSE4Good Indices’’, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol.15, Issue.1, (14-28).
- Commision of the European Communities, (2001), Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility.
- Coşkun, G., (2010), *Kurumsal Pazarlama ve Sosyal Sorumluluk*. Nobel Yayın, Ankara.
- Cüre, S., (2015), ‘‘Adalet Kavramı Bağlamında İslam Dininin Sosyal Sorumluluk Muhasebe Temel Kavramına Bakışı’’, *Akademik Bakış Dergisi*, S.47, (98-107).
- Çakır, B., *SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumuna Olan Etkileri*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, (2006).
- Çelik, A., (2007), *Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları*, İGİAD Yayını, İstanbul.

- Çelik, O., (2017), *Sermaye Piyasası Lisanslama Sicil ve Eğitim Kuruluşu, Lisanslama Sınavları Çalışma Notları, Muhasebe ve Finansal Raporlama 191*, Sermaye Piyasası Lisanslama Sicil ve Eğitim Kuruluşu.
- Çelik, Y., *Sürdürülebilirlik Muhasebesi, Sürdürülebilirlik Raporlama İlkeleri (GRI), Bist Sürdürülebilirlik Endeksinde İşlem Gören Bankaların Sürdürülebilirlik Raporlarının Karşılaştırılması*, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2018, Ankara, (2018).
- Çerik, Ş. ve Özarslan, E., (2008), “Çalışanların Sosyal Sorumluluk Boyutlarına İlişkin Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, C.8, S.2, (587-604).
- Çığ, M. İ., (2006), *Ortadoğu Uygarlık Mirası 2*, Kaynak Yayınları, İstanbul.
- Çıtak, L., ve Ersoy, E. (2016), “Firmaların BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Alınmasına Yatırımcı Tepkisi: Olay Çalışması Ve Ortalama Testleri İle Bir Analiz”, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C.8, K.1, (43-57).
- Daştan, A., *Meslek Ahlakı Kuralları ve Muhasebe Mesleğindeki Yeri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon, (2001).
- Daştan, A. ve Bellikli, U., (2015), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Etkileşimi: Türkiye’de Kurumsal Yönetim Endeksinde Dahil İşletmelerde Bir Araştırma,” *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.10, S.1, (177- 208).
- Davis, K., (1997), “Five Propositions for Social Responsibility”, *Managing Corporate Social Responsibility*, (Ed. Archie B. Carroll), Brown and Company, Boston: Little.
- Demir, B., (2005), “Üniversitelerde Kazanılan İletişim Becerilerinin Muhasebe Mesleğindeki Önemi” , *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, S.27, (117-124).
- Demir, B., (2013), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe”, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, C.2 ,S.3, (225-233).
- Diken, A., (1997), İşletmelerde İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk İlişkisi, *Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu, 24-26 Aralık 1997, Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, Adapazarı.

- Dinç, E. ve Abdioğlu, H., (2009), İşletmelerde Kurumsal Yönetim Anlayışı ve Muhasebe Bilgi Sistemi İlişkisi: İMKB-100 Şirketleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.12, S.21, (157-184).
- Dinçer, B. (2011), ‘‘Do The Shareholders Really Care About Corporate Social Responsibility?’’, *International Journal Of Business And Social Science*, Vol. 2, No.10, (71-76).
- Dinçer, Ö. ve Fidan, Y., (1996), *İşletme Yönetimine Giriş*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Doğan, S., (2018), ‘‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu’’, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, C.4, S.1, (100-107).
- Drucker, P. F., (1992), *Managing The Non Profit Organization: Practices And Principles*, Oxford: Butterworth Heinemann.
- Dutton, J. E. ve Dukerich, J. M., (1991), Keeping An Eye On The Mirror: Identity in Organizational Adaptation. *Academy of Management Journal*, V.4, N.3.
- Düzer, M., ve Önce, S. (2018), ‘‘Sürdürülebilirlik Performans Göstergelerine İlişkin Açıklamaların Finansal Performans Üzerine Etkisi: Bist’te Bir Uygulama’’, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, Mart 2018; 11 (1): (93-118).
- Dyllick, T. ve Hockerts, K., (2002), Beyond the Business Case For Corporate Sustainability, *Business Strategy and the Environment*, S.11, (130–141).
- Elsbach, K. D. ve Kramer, R. M., (1996), Members’ Responses to Organizational Identity Threats, *Administrative Science Quarterly*, V.41, N.3.
- Epstein, E. M., (1998), Business Ethics and Corporate Social Policy, 37. *Business and Society*.
- Epstein, E. M., (2002), The Field of Business Ethics in the United States: Past, Present and Future, *Journal of General Management*, V.28.
- Erdoğan, N.- Lazol, İ.-Ergun, Ü.-Köse, T., (2012), *Genel Muhasebe*, Editör: Melih Erdoğan, Açık öğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir.
- Eren, E., (1987), *İşletme Yönetimi*, Der Yayınları, İstanbul.
- Esin, A., *İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Sosyal Denetim Raporları*, Yayınlanmamış Doçentlik Tezi, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, İstanbul, (1978).
- Etang, J. L. ve Pieczka, M., (2002), *Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar*, Çev. Sema Yıldırım Becerikli, Vadi Yayınları, İstanbul.

- Fettahoğlu, S. (2013), ‘‘İşletmelerde Sosyal Sorumluluk İle Finansal Performans Arasındaki İlişki: İMKB’ye Yönelik Bir Uygulama’’, *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5 (2), (11-20).
- Friedman, M., (1970), ‘‘The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits’’,*The New York Times Magazine*.
- Frooman, J. (1997), ‘‘Socially Irresponsible and Illegal Behavior And Shareholder Wealth’’, *Business And Society*, Vol. 36, Issue: 3, (221–249).
- Gao, S. S. ve Zhang, J. J., (2006), ‘‘Stakeholder Engagement, Social Auditing And Corporate Sustainability’’, *Business Process Management Journal*, C.12, S.6, (722-740).
- Gao, Y., (2011), ‘‘CSR in an Emerging Country: A Content Analysis of CSR Reports of Listed Companies’’,*Baltic Journal of Management*, C.6, S.2, (263-291).
- Garcia, F. F.- Nunez-Tabales, J. M.- Herradon, R. V., (2008), ‘‘Applicability of Corporate Social Responsibility to Human Resources Management: Perspectives from Spain’’, *Journal of Business Ethics*, N.82.
- Gençoğlu, Ü. G. ve Aytaç, A., (2016), ‘‘Kurumsal Sürdürülebilirlik Açısından Entegre Raporlamanın Önemi ve BIST Uygulamaları’’, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, C.72, S.10, (51-66).
- Gould, S., (2011), ‘‘Accounting for Sustainability’’, *Accountancy Plus. Issue*, S.1, (19-20).
- Göksel, A. B., (2010), *Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi*, Nobel Yayın, Ankara.
- Göksu, F., *Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Marka İmajına Etkisi ve Petrol İşletmelerinde Uygulamalı Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, (2006).
- Gözlemci Online Eğitim Ansiklopedisi, <http://www.gozlemci.net/4356-osmanlilarda-ahilik-lonca-teskilati.html>, (28.02.2019).
- Gray, R. ve Milne, M., (2002), ‘‘Sustainability Reporting: Who's Kidding Whom?’’ *Chartered Accountants Journal*, July 2002.
- Gray, R. ve Milne, M., (2004), *Towards Reporting on the Triple Bottom Line: Mirages, Methods and Myths*, Ed: Adrian Henriques, Julie Richardson; ‘‘The Triple Bottom Line: Does It All Add Up?’’, London: Earthscan Publishing.

- Greening, D. W. ve Turban, D. B, (2000), “Corporate Social Performance As A Competitive Advantage in Attracting a Quality Workforce”, *Business & Society*, V.39, N.3.
- GRI, “G3 Turkish Guideline”.
- GRI, “Global Reporting Initiative(GRI) G4 Sürdürülebilirlik Raporlama Kılavuzu”.
- Gürel, T., (2010), “Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Yeni Yaklaşımlar ve Tartışılan Konular”, *Selçuk İletişim Dergisi*, C.6, S.3, (111-122).
- Güzelcik, E.,(1999), *Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- HaberTürk Hayat, “Sosyal Sorumluluk Projeleri”,
<https://hthayat.haberturk.com/yasam/guncel/haber/1035425-osmanlida-ilginc-sosyal-sorumluluk-projeleri>, (15.02.2019).
- Hackston, D. ve Milne, M. J., (1996), “Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi, (2016), *Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlaması, Ulusal İnceleme Raporu*.
- Hernádi, B. H., (2012), Green Accounting For Corporate Sustainability, *Club of Economics in Miskolc Tmp*, V.8, S.2, (23-30).
- Hohnen, P., (2012), *The Future of Sustainability Reporting*, EEDP Programme Paper: 2012/02, Chatham House.
- Hoştut, S., (2015), Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarında Söylem, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S.40, (119-136).
- What Is Difference Between Roce and Roa, <https://tr.talkingofmoney.com/what-is-difference-between-roce-and-roa>, (24.05.2019).
- Global Compact, <https://www.unglobalcompact.org>, (27.04.2019).
- IIRC, (2012), Towards Integrated Reporting, Communicating Value in the 21st Century.
- IIRC, (2013), Uluslararası Entegre Raporlama Çerçevesi.
- International Finance Corporation, (2012), *IFC Performance Standards on Environmental and Social Sustainability*, IFC.
- İşseveroğlu, G., (2001), “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik”, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, C.8, S.2, (55-67).

- James, H. S., ve Mark, W. W., (2011), *Ekonometriye Giriş*, Efil Yayınevi, Ankara.
- Jeffrey, M. W., (2002), *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*, MIT Press, London.
- Johannesburg Stock Exchange, JSE SRI Index,
www.jse.co.za/services/marketdata/indices/socially-responsible-investment-index, (11.05.2019).
- Jones, T. M., (1980), "Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined", *California Management Review*, vol.22.
- Kadıbeşegil, S, *Sürdürülebilir Rekabet*, <http://www.orsa.com.tr>, (16.02.2019).
- Kağnıcıoğlu, D., (2007), *Endüstri İlişkileri Boyutuyla Sosyal Sorumluluk*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Karacaer, S. ve İbrahimoglu, N., (2003), "İşletme Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sistemi, İç Kontrol, Verimlilik İlişkisi ve Önemi", *Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.21, S.1, (211-228).
- Karğın, S.- Arıcı, H.- Aktaş, H., (2013), "Entegre Raporlama: Yeni Bir Raporlama Perspektifi", *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, S.1, (27-46).
- Karsak, B., (2008), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, Arıkan Basım, Ankara.
- Kavak, Ş., (2011), *Muhasebeye Giriş*, Nobel Yayınları, Ankara.
- Keleş, R. ve Hamamcı, C., (1997), *Çevrebilim, 2. Baskı*, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Kelley, H. H., (1971), *Attribution in Social Interaction*, General Learning Press.
- Kelly, M. ve Alam, M., (2009), "Educating Accounting Students in the Age of Sustainability", *The Australasian Accounting Business & Finance Journal*, V.3, N.4, (30-44).
- Kercher, K., (2007), "Corporate Social Responsibility: Impact of Globalisation and International Business" *Corporate Governance eJournal*.
- Kılıç, T., (2017), *Etik ve Sosyal Sorumluluk, İlgili Kavramlar ve Aralarındaki İlişkiler*, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Kleine, A., (1991), "What Does It Mean to be Green", *Harvard Business Review*, V.69 S.4.
- Koçel, T., (1999), *İşletme Yöneticiliği, 7. Baskı*, Beta Yayınları, İstanbul.

- Kolk, A., (2004), "A Decade of Sustainability Reporting: Developments and Significance", *Int. J. Environment and Sustainable Development*, V.3, N.1.
- Kongar, E., (2001), *21. Yüzyılda Türkiye: 2000'li Yıllarda Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Kotler, P. ve Lee, N., (2008), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Köksu, F., *Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Marka İmajına Etkisi ,Petrol İşletmelerinde Uygulamalı Bir Araştırma*, Yayınlanmış Doktora Tezi, İstanbul, (2006).
- Köroğlu, Ç. ve Ersöz, H. Ö., (2015), "Muhasebe Meslek Mensuplarının Bakış Açılarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Muhasebe İlişkisi", *Journal of Accounting, Finance And Auditing Studies, Year: 15, V.1, I.3*, (123-153).
- KPMG, (2013), *Survey of Corporate Responsibility Reporting*.
- Krikakidu, O. ve Milward, L. J., (2000), "Reputation Management", *Corporate Communication*, V.5, N.2.
- Kuratko, D. F.- Montagno, R. V.- Hornsby, J. S., (1990), "Developing an Intrapreneurial Assessment Instrument for an Effective Corporate Entrepreneurial Environment", *Strategic Management Journal*.
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, <http://www.sosyalsorumluluk.org/kurumsal-sosyal-sorumlulugun-turkiyede-gelisimi/>, (16.03.2019).
- Lamberton, G., (2005), "Sustainability Accounting – a Brief History and Conceptual Framework", *Accounting Forum*, V.29, (7-26).
- Lantos, G. P., (2002), "The Boundaries Of Strategic Social Responsibility", *The Journal of Consumer Marketing*, V.18, I.7.
- Lembet, Z., (2012), "Markalar ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk", *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, (1-24).
- López, M. V., Garcia, A., ve Rodriguez, L. (2007), "Sustainable Development and Corporate Performance: A Study Based on the Dow Jones Sustainability Index", *Journal of Business Ethics*, Vol.75, Issue.3, (285-300).
- Luthans, F., (1972), "Social Issues in Business Strategic and Public Policy Perspectives", *Macmillan Publishing Company*.
- Marcus, A., (1996), *Business and Society, Strategy, Ethics, and the Global Economy*, Irwm Publishing, Chicago.

- Marti, C. P., Rovira-Val, M. R., ve Drescher, L. G. (2015), "Are Firms That Contribute to Sustainable Development Better Financially?", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol.22, Issue.5, (305-319).
- Martinet, A. C. ve Reynaud, E., (2004), *Entreprise durable, finance et stratégie*, *French journal Revue Francaise de Gestion*.
- McGee, R. W., (1992), *Business Ethics Common Sense*, Quorum Books, Westport.
- McWilliams, A. ve Siegel, D., (2001), "Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective", *Academy of Management Review*.
- Moir, L., (2001), "What Do Mean by Corporate Social Responsibility?", *Corporate Governance International Journal of Business in Society*.
- Moradzadehfard, M. ve Moshashaei, M., (2011), "The Accountant's Role in Organizations Sustainability", *European Journal of Scientific Research*, V.59 S.3, (396-402).
- Moskowitz, M. R. (1972), "Choosing Socially Responsible Stocks", *Business and Society*, 1, (71-75).
- Mutluay, A. H. ve Turaboğlu, T. T., (2013), "Döviz Kuru Değişimlerinin Firma Performansına Etkileri: Türkiye Örneği", *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, C.7, S.1, (59-78).
- Nizamieva, D., *Örgütsel Sosyal Sorumluluk ve İş Etiği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, (2001).
- Oktay, M., (1996), *İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş*, Der Yayınları, İstanbul.
- Onay, A., (2015), "Sürdürülebilir Kalkınma, Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilirlik Raporlaması", *EJOIR – Aralık 2015 IWCEA Özel Sayısı*, C.3.
- Önce, S.- Onay, A.- Yeşilcelebi, G., (2015), Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Türkiye'deki Durum, *Journal Of Economics, Finance & Accounting-Jefa*, V.2, S.2, (230-252).
- Otlu, F., (2002), "Sosyal Sorumluluk Kavramı, İşletme Yönetiminin ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu", *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.16, S.1-2, (100-107).
- Öcal, A. T., (2007), *İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu: Ahlaki Bir Değerlendirme*, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- Önder, Ş. (2017), "İşletme Kârlılığına Kurumsal Sürdürülebilirliğin Etkisi: BİST'te Bir Uygulama", *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, C.19, S.4, (937-956).

- Örerler, E. O., (2005), “Finansal Değerlendirme Açısından Finansal Tabloların Şeffaflığı”, *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi*, S.5, (1-8).
- Özalp, İ.- Tonus, Z.- Sarıkaya, M., (2008), “İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.8, S.1, (69-84).
- Özcan, S. , (2007), “Küresel Konferanslar ve Çevre Sorunları: Çevre Kalkınma ve Etik Açısından Eleştirel Bir Değerlendirme”, *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu*, (761-780).
- Özdemir, Z. ve Pamukçu, F., (2016), “Kurumsal Sürdürülebilir Raporlama Sisteminin Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi Kapsamındaki İşletmelerde Analizi”, *Mali Çözüm Dergisi*, S.13-35.
- Özgen, E., (2006), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri*, Mavi Ağaç Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- Özgener, Ş., *Gelişmekte Olan Ülkelerde İşgören Güdülenmesi ve Toplam Kalite Yönetiminin İşgörenin Güdülenmesine Katkıları*, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, (1996).
- Özgener, Ş., *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk: İmalat sanayiinde bir uygulama*, Selçuk Üniversitesi, Yayınlanmış Doktora Tezi, Konya, (2000).
- Özgüç, E., (2009), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Kapsamında İMKB-30 Endeksi Şirketleri*, Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu.
- Özkol, E. - Çelik, M. - Gönen, S. , (2005), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Muhasebe ve Finansman Dergisi*, S.27, (134-145).
- Özocak, H. ve Baş, İ. M., (1997), “Muhasebede Sosyal Sorumluluk ve Çevre”, *Mali Çözüm Dergisi*, S.41.
- Öztürk, M. C.- Torlak, Ö.- Tokgöz, N.- Ayman, M.- Özgen, E., (2013), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, T.C. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- Öztürk, Ş. Y., (2009), *Halkla İlişkilerin Çevreye Katkısı Bir Yanılsama mı?*, *Derya Tellan (der.) Halkla İlişkiler: Teori ve Uygulama*, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Özüpek, M. N., (2005), *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*, Tablet Kitabevi, Konya.

- Özüpek, M. N., (2008), *Sosyal Sorumluluk, Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan (ed.)*, Tablet Yayınları, Konya.
- Paul Hohnen (2012), ‘‘The Future of Sustainability Reporting, EEDP Programme Paper: 2012/02, Chatham House’’,
<https://www.chathamhouse.org/publications/papers/view/181687>, (24.04.2019).
- Pava, M. L. ve Krausz, J., (1995), *Corporate Responsibility and Financial Performance, The Paradox of Social Cost*, Quorum Books, Westport.
- Pazarlıoğlu, M. V., (2001), ‘‘1980-1990 Döneminde Türkiye’de İç Göç Üzerine Ekonometrik Model Çalışması’’, *V.Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*,.
- Pazarlıoğlu, M. V. ve Gürler, Ö. K., (2007), ‘‘Telekomünikasyon Yatırımları ve Ekonomik Büyüme: Panel Veri Yaklaşımı’’, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, C. 44, S. 508, (35-43).
- Pelit, E. - Keleş, Y. - Keleş, M. Ç., (2009), ‘‘Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma,’’ *Yönetim ve Ekonomi*, C. 16, S. 2, (19-30).
- Pringle, H. ve Thompson, M., (2000), *Marka Ruhü: Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Marka Yaratmak*, Scala Yayıncılık, İstanbul.
- Ranganathan, J., (1998), ‘‘Sustainability Rulers – Measuring Corporate Environmental & Social Performance’’, *Sustainability Enterprise Initiative, World Resources Institute*, (08.05.2019). http://pdf.wri.org/sustainability_rulers.pdf
- Reddy, K., & Gordon, L. W. (2010), ‘‘The Effect of Sustainability Reporting on Financial Performance: An Empirical Study Using Listed Companies’’, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, Vol.6, Issue.2, (19-42).
- Roca, L. C. ve Searcy, C., (2011), ‘‘An Analysis of Indicators Disclosed in Corporate Sustainability Reports’’, *Journal of Cleaner Production*, 1-16.
- Rohitratana, K., (2002), ‘‘SA 8000: A Tool To Improve Quality’’, *Managerial Auditing Journal*, 17-1-2.
- Russo, A., ve Mariani, M. (2013), ‘‘Drawbacks of a Delisting From a Sustainability Index: An Empirical Analysis’’, *International Journal of Business Administration*, Vol.4, No.6, (29-40).

- Saban, M. - Küçüker, H. - Küçüker, M., (2017), “Kurumsal Sürdürülebilirlik İle İlgili Raporlama Çerçevesi ve Sürdürülebilir Raporlamada Muhasebenin Rolü”, *İşletme Bilimi Dergisi*, C.5, S.1, (101-115).
- Sabuncuoğlu, Z., (1995), *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, Rota Ofset, Bursa.
- Saç, Ö., *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faliyetlerinin Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Ektisi Üzerine Bir Araştırma*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir, (2009).
- Sankar, S. ve Bhattacharya, C. B., (2001), “Does Doing Good Always Leading to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility”, *Journal of Marketing Research*, V.38, I.2.
- Sarıkaya, M., *Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Yeni Bir Bakış: Paydaş Teorisi*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, (2008).
- Sarıkaya, M. ve Akarca, Y., (2011), “Kurumsal Sosyal Sorumlulukta Ölçüm Teknikleri”, *Denetim Dergisi*, C.11, S.8, (60-67).
- Schaltegger, S. ve Burritt, R., (2006), *Corporate Sustainability*, Ed: Fowler, H., Tietenberg, T. Northampton: The International Yearbook of Environmental and Resource Economics 2005/2006 – A Survey of Current Issues, Edward Elgar Publishing.
- Schaltegger, S. ve Herzig, C., (2006), *Corporate Sustainability Reporting – An Overview*, Ed: Stefan Schaltegger, Martin Bennett, Roger Burritt; *Sustainability Accounting and Reporting*, Dordrecht: Springer Publishing.
- Seçgel, G., (2010), İklim Değişikliği Politikaları ve Enerji, *Çevre ve Orman Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü İklim Değişikliği Dairesi Başkanlığı*.
- Selimoğlu, S. K., (2006), Türk Muhasebe Uygulamalarında Etik. *Mali Çözüm, İSMMMÖ Süreli Yayınları*, ISSN 1303-5444, 437-456.
- Senal, S. ve Ateş, B. A., (2012), “Kurumsal Sürdürülebilirlik İçin Muhasebe ve Raporlama”, *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 83-96.
- Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu, (2009), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Kapsamında İMKB-30 Endeksi Şirketleri*.
- Sethi, S. P., (1975), Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytic Framework. *California Management Review*.

- Sezer, Ö., (2007), Küresel Konferanslar ve Çevre Sorunları: Çevre Kalkınma ve Etik Açısından Eleştirel Bir Değerlendirme, *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu*, 761-780.
- Shiraz, A., (1998), Social Reporting: Nice Idea, But, *Australian CPA* November 68, 10: 58-59.
- Škare, M., ve Golja, T. (2012), ‘‘Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance Is There a Link?’’, *Economic Research*, Issue.1, (215-242).
- Smith, N. C., (2003), Corporate Social Responsibility Whether Or How? *California Management Review* 45-4.
- Sözen, S. ve Shaw, I., (2002), ‘‘The International Applicability of "New" Public Management: Lessons From Turkey’’, 15, (6). *The International Journal Of Public Sector Management*.
- Stephen, B., (2002), Corporate Social Responsibility with Pratima Bansal, *I Very Business Journal*.
- Stoner, A. J. ve Freeman, E. R., (1989), *Management, 4. Edition*, Prentice-Hall Inc, New Jersey.
- Stubbs, W. - Higgin, C. - Milne, M., (2013), ‘‘Why Do Companies Not Produce Sustainability Reports?’’ *Business Strategy and the Environment*, V.2, I.7, (456-470).
- Süzen, E. ve Akın, I., (2016), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Katkıları*, Türkiye Alim Kitapları, İstanbul.
- Şahin, E., *İşletme Çevre Etkileşimi ve İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu*, Selçuk Üniversitesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Konya, (1996).
- Şahin, L., ‘‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi’’,
<http://www.profdrleventsahin.com/kurumsal-sosyal-sorumluluk-piramidi.html>, (24.02.2019).
- Şencan, H., (1987), ‘‘İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Sosyal Sorumluluk Biriminin Örgütlenmesi’’, *İstanbul İşletme Dergisi*.
- Şengel, S., (2011), ‘‘İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Bir Araştırma’’,
<https://docplayer.biz.tr/6833994-Isletmelerin-sosyal-sorumlulugu-ve-bir-arastirma.html>, (13.04.2019).
- Şimşek, M. Ş. ve Çelik, A., (1995), Ekolojik Yapı ve İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları.

- Tak, B., (2002), *İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarını Yerine Getirmeleri Açısından Algılanan Performanslarının Ölçümüne Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, Akdeniz Üniversitesi 10. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, Antalya.
- Tak, B., (2009), *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Paydaş Grupları ile İlişkilerinin Yönetimi*, Beta Basım, İstanbul.
- Tatoğlu, F. Y., (2018), *Panel Veri Ekonometrisi Stata Uygulamalı*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Tatoğlu, F. Y., (2018), *Panel Zaman Serileri Analizi*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Tek, N. ve Gümüş, Y., (2006), “Finansal Hizmetler Sektöründe Finansal Olmayan Performans Ölçümlemesi: Japon Bankaları Örneği”, *Muhasebe ve Denetime Bakış*, S.19, (1-27).
- Temizel, F. - Sarıkaya, M. - Kara, F. Z., (2009), “Yatırımcı İlişkileri Yönetiminde Güven ve Ekonomiye Etkisi”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.11,S.1
- Tenekecioğlu, B., (1977), “İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları”, *Eskişehir Ticari İlimler Akademisi Dergisi*, C.13, S.2
- Theaker, A. ve Yaz(çev.), M., (2008). *Halkla İlişkilerin El Kitabı*, MediaCat Yayınları, İstanbul.
- Thomas, A. P., (1977), *The Moral Crisis In Management*, McGrawEill Book Company, New York.
- Thompson, P. ve Zakaria, Z., (2004), “Corporate Social Responsibility Reporting in Malaysia”, *The Journal of Corporate Citizenship*, Spring,13, (125- 136).
- Tıngır, E., *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Sadakatine Etkileri Üzerine Bir Araştırma*, Selçuk Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya, (2006).
- Tokgöz, N. ve Önce, S., (2009), “Şirket Sürdürülebilirliği: Geleneksel Yönetim Anlayışına Alternatif”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.11, S.1, (249-275).
- Torlak, Ö., (2001), *Pazarlama Ahlakı: Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi*, Beta Basım Yayın, İstanbul.

- Torlak, Ö. - Arslan, M. - Kök, S. B. - Dalyan, F. - Kirel, Ç. - Erdemir, E. - Yaman, F., (2015), *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Torum, O. ve Yılmaz, A. K., (2009), “Havacılıkta Sürdürülebilirlik Yönetimi: Türkiye’deki Hava Limanları İçin Sürdürülebilirlik Uygulamaları Araştırması”, *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, C.4, S.2, (47-58).
- Tosun, K., (1978), “Çevre Bozulması ve Biz”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, Y.2, S.8.
- Trebucq, S., ve D’Arcimoles, C.-H. (2002), ‘‘The Corporate Social Performance-Financial Performance Link: Evidence From France’’, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=306599, (25.04.2019).
- Turan, Ş., (2002), *Türk Kültür Tarihi: Türk Kültüründen Türkiye Kültürüne ve Evrenselliğe*, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Tüm, K., (2014), “Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Muhasebeye Yansımaları: Sürdürülebilirlik Muhasebesi”, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, C.5, S.1, (58- 81).
- Türkçe Sözlük. (2013).
- Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, (2008), *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu*, Ankara.
- Uğur, U. ve Sayılı, M., (2016), “Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının, Carroll’ın Sosyal Sorumluluk Boyutlarına Göre Değerlendirilmesi: Sivas Belediyesi’nde Bir Uygulama”, *International Journal of Social Science*, S.46.
- UNEP, (2013), *Frequently Asked Questions on Corporate Sustainability Reporting*, United Nations Environment Programme.
- United Nations Industrial Development Organization(UNIDO), ‘‘United Nations Industrial Development Organization’’, <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr>.
- United States Agency for International Development(USAID), ‘‘What is Corporate Social Responsibility?’’,(15.02.2019), https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnada498.pdf

- Uwalomwa, U. (2011), ‘‘Corporate Social Environmental Sustainability Reporting and Firms’ Performance: A Study of Selected Firms in Nigeria’’, *BVIMSR’S Journal Of Management Research*, C.3, No.1, (1-18).
- Uyar, A., (2015), *Kurumsal Raporlamanın Gelişimi ve Güncel Yaklaşımlar*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Ünsal, A., (2008), ‘‘İşletmelerde Muhasebe Yöneticilerinin Etiksel Karar Süreci’’, *KMU İİBF Dergisi*, Y.10, S.14, (1-19).
- Vallee, G., (2005), ‘‘What is Corporate Social Responsibility?’’ The Case of Canada, 47: 5. *Managerial Law*.
- Velasquez, M. G., (1988), *Business Ethics: Concepts And Cases*, Prentice-Hall Inc.
- Vural, Z. A. ve Coşkun, G., (2011), ‘‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik’’, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, S.1.
- Weidenbaum, M. L., (1986), *Business Government and the Public, Third Edition*, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- William, H. G., (2003), *Econometric Analysis*, Prentice-Hall Inc., New Jersey.
- Wood, D. J., ‘‘Business and Society. U.S.A: Harper Collins Publishing’’, <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>, (02.02.2019).
- ‘‘Faaliyet Raporu Nedir?’’, <https://kanalfinans.com/sorular/faaliyet-raporu-nedir-kimler-faaliyet-raporu-hazirlar>, (29.04.2019).
- Yamak, S., (2007), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Yanık, S. ve Türker, İ., (2012), ‘‘Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Raporlamasındaki Gelişmeler(Tümleşik Raporlama)’’, *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, N.47, (291-308).
- Yıldırım, O. ve Tek, N., (2004), *Finansal Muhasebe*, Birleşik Matbaacılık, İzmir.
- Yılmaz, B. ve Alkan, A. T. , (2006), ‘‘Muhasebenin Sosyal Sorumluluk Kavramı Açısından Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Kurumsal Yönetim Anlayışının Algılanma Biçimi Üzerine Bir Araştırma’’, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.16, (729-738).
- Yılmaz, S. - Sarıkaya, M. - Ertuğrul, M. - Özdemir, A. A. - Kılıç, M., (2009)., *Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik*, Beta Basım Yayım, İstanbul.

- Yılmaz, Ş. , (2016), İşletmelerin Tüketicilere Karşı Sorumlulukları.
- Yumuşak, M., *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Kavramının Yönetim Fonksiyonlarında Etkisi ve Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Kocaeli, (1999).
- Yücel, T. S. , (2016), “Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramının İncelenmesi ve Muhasebe İle İlişkisi: Teorik Bir Araştırma”, *Kesit Akademi Dergisi*, Y.2, S.5, (158-181).
- Yükçü, S., (2007), *Yöneticiler İçin Muhasebe: Yönetim Muhasebesi*.
- Zaim, S. , (1986), “ İslam Açısında İktisadi ve Sosyal Faaliyetlerle İlgili Normatif Kaideler, *İstanbul Üniversitesi İktisadi Fakültesi Mecmuası*, C.44.
- Zoroğlu, E. , *Türk Otomotiv Sektöründe Sosyal Sorumluluk Uygulamaları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, (2001).

EKLER

MODEL (1) F-TESTI ANALIZI

```
. xtreg roa tss size, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression      Number of obs   =      135
Group variable: id_n                  Number of groups =       27

R-sq:                                Obs per group:
    within = 0.0328                    min =          5
    between = 0.0076                   avg =         5.0
    overall = 0.0084                   max =          5

corr(u_i, Xb) = -0.3294                F(2,106)       =      1.79
                                         Prob > F       =      0.0000
```

	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
roa						
tss	.0011917	.0006295	1.89	0.061	-.0000563	.0024396
size	-.0454074	.0422862	-1.07	0.285	-.1292438	.038429
_cons	.412336	.3524335	1.17	0.245	-.2863977	1.11107
sigma_u	.10889776					
sigma_e	.05118724					
rho	.81903724	(fraction of variance due to u_i)				

```
F test that all u_i=0: F(26, 106) = 17.49          Prob > F = 0.0000
```

MODEL (1) LM-TESTI ANALIZI

```
. xtreg roa tss size, re
```

```
Random-effects GLS regression      Number of obs   =      135
Group variable: id_n              Number of groups =       27

R-sq:                                Obs per group:
    within = 0.0204                    min =          5
    between = 0.1229                   avg =         5.0
    overall = 0.1044                   max =          5

corr(u_i, X) = 0 (assumed)          Wald chi2(2)   =      5.44
                                         Prob > chi2    =      0.0459
```

	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
roa						
tss	.0008669	.0004221	2.05	0.040	.0000397	.0016942
size	-.0726447	.0320472	-2.27	0.023	-.1354561	-.0098334
_cons	.6699008	.2637376	2.54	0.011	.1529846	1.186817
sigma_u	.09664178					
sigma_e	.05118724					
rho	.78092102	(fraction of variance due to u_i)				

```
. xttest0
```

Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects

```
roa[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
```

Estimated results:

	Var	sd = sqrt(Var)
roa	.0124338	.111507
e	.0026201	.0511872
u	.0093396	.0966418

Test: Var(u) = 0

```
chibar2(01) = 154.74
Prob > chibar2 = 0.0000
```


MODEL (1) HAUSMAN ANALİZİ

```
. hausman fe re
```

	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) fe	(B) re		
tss	.0011917	.0008669	.0003247	.000467
size	-.0454074	-.0726447	.0272373	.027588

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
 B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

chi2(2) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
 = 2.11
 Prob>chi2 = 0.3483

MODEL (2) F-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg roe tss size, fe
```

Fixed-effects (within) regression
 Group variable: id_n

Number of obs = 135
 Number of groups = 27

R-sq:

within = 0.0443
 between = 0.2117
 overall = 0.1551

Obs per group:

min = 5
 avg = 5.0
 max = 5

corr(u_i, Xb) = -0.3816

F(2,106) = 2.46
 Prob > F = 0.0404

	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
tss	.0033078	.001496	2.21	0.029	.0003419	.0062737
size	-.1042304	.1004974	-1.04	0.302	-.3034762	.0950155
_cons	.8885551	.8375943	1.06	0.291	-.772057	2.549167
sigma_u	.15720124					
sigma_e	.12165171					
rho	.62544604	(fraction of variance due to u_i)				

F test that all u_i=0: F(26, 106) = 6.27

Prob > F = 0.0000

MODEL (2) LM-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg roe tss size, re
```

```
Random-effects GLS regression           Number of obs   =       135
Group variable: id_n                   Number of groups =        27

R-sq:                                   Obs per group:
    within = 0.0362                      min =           5
    between = 0.3038                     avg =          5.0
    overall = 0.2178                      max =           5

corr(u_i, X) = 0 (assumed)              Wald chi2(2)    =       14.66
                                           Prob > chi2     =       0.0007
```

roe	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
tss	.0027989	.0007351	3.81	0.000	.001358	.0042397
size	-.1615129	.0575887	-2.80	0.005	-.2743846	-.0486411
_cons	1.420116	.4718711	3.01	0.003	.4952659	2.344967
sigma u	.13038021					
sigma e	.12165171					
rho	.534591 (fraction of variance due to u_i)					

```
. xttest0
```

Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects

```
roe[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
```

Estimated results:

	Var	sd = sqrt(Var)
roe	.0381006	.1951937
e	.0147991	.1216517
u	.016999	.1303802

Test: Var(u) = 0

```
chibar2(01) = 68.04
Prob > chibar2 = 0.0000
```

MODEL (2) HAUSMAN ANALİZİ

```
. hausman fe re
```

	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) fe	(B) re		
tss	.0033078	.0027989	.000509	.0013029
size	-.1042304	-.1615129	.0572825	.0823606

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

```
chi2(2) = (b-B)' [(V_b-V_B)^(-1)] (b-B)
        = 1.07
Prob>chi2 = 0.5862
```

MODEL (3) F-TESTI ANALIZI

```
. xtreg droce tss size, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression                Number of obs   =    108
Group variable: id_n                            Number of groups =    27

R-sq:                                           Obs per group:
  within = 0.0561                               min           =     4
  between = 0.1827                              avg           =    4.0
  overall  = 0.0258                              max           =     4

corr(u_i, Xb) = -0.9861                        F(2,79)        =    2.35
                                                Prob > F       =    0.0522
```

droce	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
tss	.0051971	.0042977	1.21	0.230	-.0033573	.0137515
size	.128362	.2245988	0.57	0.569	-.3186907	.5754147
_cons	-1.406074	1.818719	-0.77	0.442	-5.026144	2.213995
sigma_u	.3740264					
sigma_e	.18089601					
rho	.81043024	(fraction of variance due to u_i)				

```
F test that all u_i=0: F(26, 79) = 0.47                Prob > F = 0.9846
```

MODEL (3) LM-TESTI ANALIZI

```
. xtreg droce tss size, re
```

```
Random-effects GLS regression                Number of obs   =    108
Group variable: id_n                            Number of groups =    27

R-sq:                                           Obs per group:
  within = 0.0487                               min           =     4
  between = 0.1880                              avg           =    4.0
  overall  = 0.0273                              max           =     4

corr(u_i, X) = 0 (assumed)                    Wald chi2(2)    =    2.95
                                                Prob > chi2     =    0.0000
```

droce	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
tss	.0001771	.0005066	0.35	0.727	-.0008158	.0011701
size	.0253361	.0410735	0.62	0.537	-.0551664	.1058386
_cons	-.1987614	.3367109	-0.59	0.555	-.8587026	.4611798
sigma_u	0					
sigma_e	.18089601					
rho	0	(fraction of variance due to u_i)				

```
. xttest0
```

Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects

```
droce[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
```

Estimated results:

	Var	sd = sqrt(Var)
droce	.0286523	.16927
e	.0327234	.180896
u	0	0

Test: Var(u) = 0

```
chibar2(01) = 0.00
Prob > chibar2 = 1.0000
```

MODEL (4) F-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg dpbt tss size, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression      Number of obs   =      108
Group variable: id_n                  Number of groups =       27

R-sq:                                  Obs per group:
    within = 0.0788                    min =          4
    between = 0.5178                   avg =         4.0
    overall = 0.2313                   max =          4

corr(u_i, Xb) = -0.9694                F(2,79)         =      3.38
                                          Prob > F         =      0.0391
```

dpbt	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
tss	4838919	2455997	1.97	0.052	-49620.87	9727459
size	-402022.9	1.28e+08	-0.00	0.998	-2.56e+08	2.55e+08
_cons	-2.53e+08	1.04e+09	-0.24	0.808	-2.32e+09	1.82e+09
sigma_u	2.394e+08					
sigma_e	1.034e+08					
rho	.84285799	(fraction of variance due to u_i)				

```
F test that all u_i=0: F(26, 79) = 1.29          Prob > F = 0.1926
```

MODEL (4) LM-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg dpbt tss size, re
```

```
Random-effects GLS regression      Number of obs   =      108
Group variable: id_n              Number of groups =       27

R-sq:                                  Obs per group:
    within = 0.0786                    min =          4
    between = 0.5185                   avg =         4.0
    overall = 0.2314                   max =          4

corr(u_i, X) = 0 (assumed)          Wald chi2(2)    =      27.65
                                          Prob > chi2     =      0.0000
```

dpbt	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
tss	1023838	345804.3	2.96	0.003	346073.8	1701602
size	-3559810	2.80e+07	-0.13	0.899	-5.84e+07	5.13e+07
_cons	3122728	2.30e+08	0.01	0.989	-4.47e+08	4.53e+08
sigma_u	24162172					
sigma_e	1.034e+08					
rho	.05180029	(fraction of variance due to u_i)				

```
. xttest0
```

```
Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects
```

```
dpbt[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
```

```
Estimated results:
```

	Var	sd = sqrt(Var)
dpbt	1.46e+16	1.21e+08
e	1.07e+16	1.03e+08
u	5.84e+14	2.42e+07

```
Test: Var(u) = 0
```

```
chibar2(01) = 0.03
Prob > chibar2 = 0.4321
```


MODEL (5) F-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg gta tss size, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression                Number of obs   =       135
Group variable: id_n                            Number of groups =        27

R-sq:                                           Obs per group:
  within = 0.1812                               min =           5
  between = 0.0298                              avg =          5.0
  overall = 0.0257                              max =           5

corr(u_i, Xb) = -0.9387                        F(2,106)        =       11.73
                                                Prob > F        =       0.0000
```

gta	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
tss	-.0025283	.0021022	-1.20	0.232	-.006696	.0016394
size	.6512618	.1412206	4.61	0.000	.3712783	.9312453
_cons	-5.369687	1.177001	-4.56	0.000	-7.703207	-3.036167
sigma_u	.35628429					
sigma_e	.17094701					
rho	.81286742	(fraction of variance due to u_i)				

```
F test that all u_i=0: F(26, 106) = 2.41                Prob > F = 0.0009
```

MODEL (5) LM-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg gta tss size, re
```

```
Random-effects GLS regression                Number of obs   =       135
Group variable: id_n                            Number of groups =        27

R-sq:                                           Obs per group:
  within = 0.1411                               min =           5
  between = 0.0786                              avg =          5.0
  overall = 0.0513                              max =           5

corr(u_i, X) = 0 (assumed)                    Wald chi2(2)    =       7.26
                                                Prob > chi2     =       0.0265
```

gta	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
tss	-.0014245	.0006499	-2.19	0.028	-.0026983	-.0001506
size	.1395483	.0518261	2.69	0.007	.037971	.2411256
_cons	-.9498092	.4237003	-2.24	0.025	-1.780246	-.1193719
sigma_u	.07032789					
sigma_e	.17094701					
rho	.14475191	(fraction of variance due to u_i)				

```
. xttest0
```

Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects

```
gta[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
```

Estimated results:

	Var	sd = sqrt(Var)
gta	.0387509	.1968525
e	.0292229	.170947
u	.004946	.0703279

Test: Var(u) = 0

```
chibar2(01) = 1.98
Prob > chibar2 = 0.0795
```

MODEL (5) HAUSMAN ANALİZİ

```
. hausman fe re
```

	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) fe	(B) re		
tss	-.0025283	-.0014245	-.0011038	.0019992
size	.6512618	.1395483	.5117135	.1313671

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
 B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

chi2(2) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
 = 17.69
 Prob>chi2 = 0.0001

MODEL (6) F-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg roa deko cev sos size, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression      Number of obs   =      108
Group variable: id_n                  Number of groups =       27

R-sq:                                  Obs per group:
    within = 0.1568                    min =           4
    between = 0.0005                    avg =           4.0
    overall = 0.0011                    max =           4

corr(u_i, Xb) = -0.8758                 F(4, 77)        =       3.58
                                          Prob > F         =       0.0099
```

roa	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
deko	.0053645	.003899	1.38	0.173	-.0023994 .0131284
cev	.0065264	.0029463	2.22	0.030	.0006596 .0123932
sos	.0024985	.0021984	1.14	0.259	-.0018789 .006876
size	-.0779389	.0634471	-1.23	0.223	-.2042781 .0484004
_cons	.5621502	.5106775	1.10	0.274	-.4547387 1.579039
sigma_u	.22602345				
sigma_e	.04729215				
rho	.95805672	(fraction of variance due to u_i)			

F test that all u_i=0: F(26, 77) = 17.34 Prob > F = 0.0000

MODEL (6) LM-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg roa deko cev sos size, re

Random-effects GLS regression              Number of obs   =       108
Group variable: id_n                       Number of groups =        27

R-sq:                                       Obs per group:
  within = 0.0646                           min =           4
  between = 0.1398                          avg =          4.0
  overall = 0.1272                           max =           4

corr(u_i, X) = 0 (assumed)                  Wald chi2(4)    =        9.12
                                              Prob > chi2     =       0.0583
```

	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
deko	.0077195	.0038651	2.00	0.046	.0001441	.015295
cev	.0010169	.0019771	0.51	0.607	-.0028581	.0048919
sos	.0009369	.0017512	0.53	0.593	-.0024955	.0043693
size	-.0700408	.0394685	-1.77	0.076	-.1473976	.007316
_cons	.6477563	.3267694	1.98	0.047	.0073001	1.288213
sigma_u	.09486736					
sigma_e	.04729215					
rho	.80095451	(fraction of variance due to u_i)				

```
. xttest0
```

Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects

```
roa[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
```

Estimated results:

	Var	sd = sqrt(Var)
roa	.0131906	.1148503
e	.0022365	.0472922
u	.0089998	.0948674

Test: Var(u) = 0

```
chibar2(01) = 92.50
Prob > chibar2 = 0.0000
```

MODEL (6) HAUSMAN ANALİZİ

```
. hausman fe re
```

	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) fe	(B) re		
deko	.0053645	.0077195	-.0023551	.000513
cev	.0065264	.0010169	.0055095	.0021844
sos	.0024985	.0009369	.0015616	.0013289
size	-.0779389	-.0700408	-.0078981	.0496766

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

```
chi2(4) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
        = 9.37
Prob>chi2 = 0.0526
(V_b-V_B is not positive definite)
```

MODEL (7) F-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg roe deko cev sos size, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression      Number of obs   =      108
Group variable: id_n                  Number of groups =       27

R-sq:                                  Obs per group:
    within = 0.2517                    min =          4
    between = 0.2028                   avg =         4.0
    overall = 0.1601                   max =          4

corr(u_i, Xb) = -0.9602                F(4, 77)       =       6.48
                                         Prob > F       =       0.0002
```

roe	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
deko	.0095283	.0093519	1.02	0.311	-.0090937	.0281503
cev	.0326356	.0070668	4.62	0.000	.0185639	.0467073
sos	-.002925	.0052728	-0.55	0.581	-.0134245	.0075746
size	-.2495836	.1521803	-1.64	0.105	-.5526132	.053446
_cons	1.754875	1.22488	1.43	0.156	-.6841731	4.193922
sigma u	.58229328					
sigma_e	.11343209					
rho	.96343945	(fraction of variance due to u_i)				

```
F test that all u_i=0: F(26, 77) = 6.52                Prob > F = 0.0000
```

MODEL (7) LM-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg roe deko cev sos size, re
```

```
Random-effects GLS regression        Number of obs   =      108
Group variable: id_n                  Number of groups =       27

R-sq:                                  Obs per group:
    within = 0.1261                    min =          4
    between = 0.3298                   avg =         4.0
    overall = 0.2664                   max =          4

corr(u_i, X) = 0 (assumed)            Wald chi2(4)   =       22.31
                                         Prob > chi2    =       0.0002
```

roe	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
deko	.0168072	.0092873	1.81	0.070	-.0013956	.03501
cev	.0106066	.0039746	2.67	0.008	-.0028164	.0183967
sos	-.0029961	.0034866	-0.86	0.390	-.0098296	.0038374
size	-.1827523	.0667099	-2.74	0.006	-.3135013	-.0520032
_cons	1.622048	.5539116	2.93	0.003	.5364012	2.707695
sigma u	.12781842					
sigma_e	.11343209					
rho	.55942106	(fraction of variance due to u_i)				

```
. xttest0
```

```
Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects
```

```
roe[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
```

```
|
```

```
Estimated results:
```

	Var	sd = sqrt(Var)
roe	.0416318	.2040387
e	.0128668	.1134321
u	.0163375	.1278184

```
Test: Var(u) = 0
```

```
chibar2(01) = 37.32
Prob > chibar2 = 0.0000
```


MODEL (7) HAUSMAN ANALİZİ

```
. hausman fe re
```

	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) fe	(B) re		
deko	.0095283	.0168072	-.0072789	.001097
cev	.0326356	.0106066	.022029	.0058431
sos	-.002925	-.0029961	.0000711	.0039556
size	-.2495836	-.1827523	-.0668313	.1367795

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
 B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

chi2(4) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
 = 14.83
 Prob>chi2 = 0.0051
 (V b-V B is not positive definite)

MODEL (8) F-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg droce deko cev sos size, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression      Number of obs   =      108
Group variable: id_n                  Number of groups =       27

R-sq:                                  Obs per group:
  within = 0.1106                       min =          4
  between = 0.1713                       avg =         4.0
  overall = 0.0418                       max =          4

corr(u_i, Xb) = -0.9434                  F(4, 77)        =       2.39
                                          Prob > F         =       0.0578
```

droce	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
deko	.031589	.0146642	2.15	0.034	.0023888	.0607892
cev	-.0067059	.011081	-0.61	0.547	-.0287711	.0153592
sos	.0050353	.0082681	0.61	0.544	-.0114285	.0214991
size	.3355648	.2386262	1.41	0.164	-.1396007	.8107304
_cons	-2.936726	1.920673	-1.53	0.130	-6.761274	.8878222
sigma u	.20932828					
sigma e	.17786715					
rho	.58072094	(fraction of variance due to u_i)				

F test that all u_i=0: F(26, 77) = 0.49

Prob > F = 0.9775

MODEL (8) LM-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg droce deko cev sos size, re
Random-effects GLS regression
Group variable: id_n
R-sq:
  within = 0.0697
  between = 0.1608
  overall = 0.0731
```

```
Number of obs = 108
Number of groups = 27
Obs per group:
  min = 4
  avg = 4.0
  max = 4
```

```
corr(u_i, X) = 0 (assumed)
Wald chi2(4) = 8.13
Prob > chi2 = 0.0870
```

droce	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
deko	.0259124	.0118996	2.18	0.029	.0025896	.0492351
cev	-.0013658	.0029618	-0.46	0.645	-.0071709	.0044393
sos	.0011374	.0025694	0.44	0.658	-.0038985	.0061733
size	.0365815	.040746	0.90	0.369	-.0432793	.1164422
_cons	-.3078167	.3395862	-0.91	0.365	-.9733935	.3577601
sigma_u	0					
sigma_e	.17786715					
rho	0	(fraction of variance due to u_i)				

```
. xttest0
Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects
droce[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
```

Estimated results:

	Var	sd = sqrt(Var)
droce	.0286523	.16927
e	.0316367	.1778672
u	0	0

Test: Var(u) = 0

```
chibar2(01) = 0.00
Prob > chibar2 = 1.0000
```

MODEL (9) F-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg dpbt deko cev sos size, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression
Group variable: id_n
```

```
R-sq:
  within = 0.1167
  between = 0.5050
  overall = 0.2310
```

```
Number of obs = 108
Number of groups = 27
Obs per group:
  min = 4
  avg = 4.0
  max = 4
```

```
corr(u_i, Xb) = -0.9758
F(4,77) = 2.54
Prob > F = 0.0462
```

dpbt	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
deko	1.28e+07	8453243	1.51	0.135	-4059731	2.96e+07
cev	7818251	6387699	1.22	0.225	-4901283	2.05e+07
sos	3291759	4766153	0.69	0.492	-6198864	1.28e+07
size	4.12e+07	1.38e+08	0.30	0.765	-2.33e+08	3.15e+08
_cons	-5.90e+08	1.11e+09	-0.53	0.595	-2.80e+09	1.61e+09
sigma u	2.815e+08					
sigma e	1.025e+08					
rho	.88287157	(fraction of variance due to u_i)				

F test that all u_i=0: F(26, 77) = 1.35

Prob > F = 0.1576

MODEL (9) LM-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg dpbt deko cev sos size, re
Random-effects GLS regression
Group variable: id_n
R-sq:
    within = 0.0727
    between = 0.5052
    overall = 0.2473
Number of obs   =    108
Number of groups =    27
Obs per group:
    min =    4
    avg =    4.0
    max =    4
corr(u_i, X)   = 0 (assumed)
Wald chi2(4)   =    28.43
Prob > chi2    =    0.0000
```

	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
dpbt						
deko	1.22e+07	7524861	1.63	0.104	-2516324	2.70e+07
cev	90250.4	2079496	0.04	0.965	-3985486	4165987
sos	1753480	1805369	0.97	0.331	-1784978	5291937
size	4210530	2.92e+07	0.14	0.885	-5.30e+07	6.14e+07
_cons	-6.18e+07	2.43e+08	-0.25	0.799	-5.38e+08	4.15e+08
sigma_u	30415709					
sigma_e	1.025e+08					
rho	.08088127	(fraction of variance due to u_i)				

```
. xttest0
Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects
dpbt[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
Estimated results:
          Var      sd = sqrt(Var)
-----
dpbt      1.46e+16    1.21e+08
e          1.05e+16    1.03e+08
u          9.25e+14    3.04e+07
Test:      Var(u) = 0
           chibar2(01) =    0.15
           Prob > chibar2 =    0.3509
```

MODEL (10) F-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg gta deko cev sos size, fe
Fixed-effects (within) regression
Group variable: id_n
R-sq:
    within = 0.1762
    between = 0.0772
    overall = 0.0448
Number of obs   =    108
Number of groups =    27
Obs per group:
    min =    4
    avg =    4.0
    max =    4
corr(u_i, Xb)   = -0.9494
F(4,77)         =    4.12
Prob > F        =    0.0045
```

	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
gta						
deko	.0079065	.0145717	0.54	0.589	-.0211095	.0369224
cev	.0008412	.0110111	0.08	0.939	-.0210847	.0227671
sos	-.0085441	.0082159	-1.04	0.302	-.024904	.0078158
size	.8020312	.2371202	3.38	0.001	.3298646	1.274198
_cons	-6.644721	1.908551	-3.48	0.001	-10.44513	-2.844312
sigma u	.40597596					
sigma e	.17674455					
rho	.84066401	(fraction of variance due to u_i)				

F test that all u_i=0: F(26, 77) = 1.83

Prob > F = 0.0226

MODEL (10) LM-TESTİ ANALİZİ

```
. xtreg gta deko cev sos size, re
```

```
Random-effects GLS regression              Number of obs   =       108
Group variable: id_n                      Number of groups =        27

R-sq:                                     Obs per group:
      within = 0.1022                      min =           4
      between = 0.2031                     avg  =          4.0
      overall = 0.0927                     max  =           4

corr(u_i, X) = 0 (assumed)                Wald chi2(4)    =        8.92
                                           Prob > chi2     =       0.0030
```

gta	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
deko	-.000424	.0135507	-0.03	0.975	-.026983	.0261349
cev	.0019949	.0039224	0.51	0.611	-.005693	.0096827
sos	-.0049928	.003407	-1.47	0.143	-.0116704	.0016848
size	.1468598	.0556277	2.64	0.008	.0378315	.255888
_cons	-.9933406	.4633153	-2.14	0.032	-1.901422	-.0852593
sigma_u	.06549895					
sigma_e	.17674455					
rho	.12075047	(fraction of variance due to u_i)				

```
. xttest0
```

Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test for random effects

```
gta[id_n,t] = Xb + u[id_n] + e[id_n,t]
```

Estimated results:

	Var	sd = sqrt(Var)
gta	.0400792	.2001979
e	.0312386	.1767446
u	.0042901	.065499

Test: Var(u) = 0

```
chibar2(01) = 0.24
Prob > chibar2 = 0.3109
```

MODEL (10) HAUSMAN ANALİZİ

```
. hausman fe re
```

	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) fe	(B) re		
deko	.0079065	-.000424	.0083305	.0053583
cev	.0008412	.0019949	-.0011537	.0102888
sos	-.0085441	-.0049928	-.0035513	.0074762
size	.8020312	.1468598	.6551714	.2305028

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

```
chi2(4) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
        = 13.16
Prob>chi2 = 0.0105
```


MODEL (7) İÇİN GERÇEKLEŞTİRİLEN REGRESYON ANALİZİ

Fixed-effects (within) regression
 Group variable: id_n
 R-sq: within = 0.2517
 between = 0.2028
 overall = 0.1601
 corr(u_i, Xb) = -0.9602

Number of obs = 108
 Number of groups = 27
 Obs per group: min = 4
 avg = 4.0
 max = 4
 F(4, 26) = 3.01
 Prob > F = 0.0362

(Std. Err. adjusted for 27 clusters in id)

roe	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
deko	.0095283	.0063421	1.50	0.145	-.003508	.0225646
cev	.0326356	.0158945	2.05	0.050	-.0000361	.0653073
sos	-.002925	.0070961	-0.41	0.684	-.0175113	.0116613
size	-.2495836	.1713946	-1.46	0.157	-.6018902	.102723
_cons	1.754875	1.347844	1.30	0.204	-1.015658	4.525408
sigma_u	.58229328					
sigma_e	.11343209					
rho	.96343945	(fraction of variance due to u_i)				

MODEL (8) İÇİN GERÇEKLEŞTİRİLEN REGRESYON ANALİZİ

Regression with Driscoll-Kraay standard errors
 Method: Pooled OLS
 Group variable (i): id n
 maximum lag: 1

Number of obs = 108
 Number of groups = 27
 F(4, 3) = 2.19
 Prob > F = 0.2724
 R-squared = 0.0731
 Root MSE = 0.1661

droce	Coef.	Drisc/Kraay Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
deko	.0259124	.0107377	2.41	0.095	-.0082599	.0600847
cev	-.0013658	.002002	-0.68	0.544	-.0077371	.0050055
sos	.0011374	.0021236	0.54	0.629	-.0056207	.0078955
size	.0365815	.0515936	0.71	0.529	-.1276123	.2007752
_cons	-.3078167	.4229623	-0.73	0.519	-1.653871	1.038238

MODEL (9) İÇİN GERÇEKLEŞTİRİLEN REGRESYON ANALİZİ

Regression with Driscoll-Kraay standard errors
 Method: Fixed-effects regression
 Group variable (i): id_n
 maximum lag: 1

Number of obs = 108
 Number of groups = 27
 F(4, 3) = 13.71
 Prob > F = 0.0286
 within R-squared = 0.1167

dpbt	Coef.	Drisc/Kraay Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
deko	1.28e+07	4763078	2.68	0.075	-2385414	2.79e+07
cev	7818251	6731376	1.16	0.329	-1.36e+07	2.92e+07
sos	3291759	1503642	2.19	0.116	-1493501	8077018
size	4.12e+07	5.16e+07	0.80	0.482	-1.23e+08	2.05e+08
_cons	-5.90e+08	4.69e+08	-1.26	0.297	-2.08e+09	9.03e+08

MODEL (10) İÇİN GERÇEKLEŞTİRİLEN REGRESYON ANALİZİ

Regression with Driscoll-Kraay standard errors Number of obs = 108
 Method: Fixed-effects regression Number of groups = 27
 Group variable (i): id_n F(4, 3) = 153.91
 maximum lag: 1 Prob > F = 0.0008
 within R-squared = 0.1762

gta	Coef.	Drisc/Kraay Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
deko	.0079065	.0059817	1.32	0.278	-.01113	.026943
cev	.0008412	.0068715	0.12	0.910	-.0210269	.0227093
sos	-.0085441	.0099294	-0.86	0.453	-.040144	.0230558
size	.8020312	.1970781	4.07	0.027	.1748407	1.429222
_cons	-6.644721	1.676132	-3.96	0.029	-11.97892	-1.310522



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler :

Adı ve Soyadı : Süleyman EMİR
Doğum Yeri : Burdur/Merkez
Medeni Hali : Bekar

Eğitim Durumu :

Yüksek Lisans Öğrenimi : Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü – Muhasebe ve Finansal Yönetim Anabilim Dalı Muhasebe ve Finansman Tezli Yüksek Lisans
Lisans Öğrenimi : Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi – İşletme

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi :

İngilizce : 2018 YÖKDİL – 91,25 A Düzeyi
: 2018 YDS – 71,25 C Düzeyi

İş Deneyimi :

Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar :