SÜRDÜRÜLEBİLİR KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI

(BANKALAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME)

Esra GÜNEL ÖZATA

(Yüksek Lisans Tezi)

Eskişehir, 2020

SÜRDÜRÜLEBİLİR KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI (BANKALAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME)

Esra GÜNEL ÖZATA

T.C.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Ana Bilim Dalı

Pazarlama Bilim Dalı

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eskişehir, 2020

21.06.2020

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin/projenin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Esra GÜNEL ÖZATA

ÖZET

SÜRDÜRÜLEBİLİR KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI (BANKALAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME)

ÖZATA GÜNEL, Esra

Yüksek Lisans-2020

İşletme Ana Bilim Dalı

Pazarlama Bilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Muhammet Ali TİLTAY

Küresel gelişmeler ve artan teknolojik ilerlemeler, toplumun ihtiyaç ve beklentilerinde farklılıklara yol açmaktadır. Günümüz işletmeleri, salt ürün veya hizmet sunmakla kalmayıp, toplumun ihtiyaçlarına da kayıtsız kalamayacaklarını benimsemiş durumdadır. Toplumun beklentilerine duyarsız kalan bir işletmenin, ticari ömrünün uzun olması beklenen bir durum değildir.

Türkiye'de sosyal sorumluluk alanındaki gelişim Avrupa ülkelerine oranla daha düşük bir oranda seyir etmektedir. Avrupa ülkelerindeki kurumsal sosyal sorumluluk endüstrisi ülke ekonomisine yılda 20 milyar dolar gelir sağlamaktadır. Fakat Türk şirketleri bu pazarın %1 'inden daha düşük bir gelir oranına sahiptir (KSSD, 2019). Ancak son yıllarda Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), Türk kültürünün temelinde yer alan hayırseverliğin etkisi ile birlikte gelişmekte olan ve işletmeler tarafından önem verilen bir performans alanı haline gelmiştir. Bu bağlamda, Türk işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk pazarında gelişim göstermeye devam ederek, dünya pazarında daha etkin rol almaları mümkündür. Türkiye'de bankaların kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik çalışmaları ve katkıları olduğu görülmektedir. Araştırmada, Türkiye'deki bankaların kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının Birleşmiş Milletler sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve

kurumsal sosyal girişimler çerçevesinde analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda araştırmada kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ilişkin açıklamalar ve yaklaşımlara yer verilerek kurumsal sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimi ele alınmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk alanına ilişkin küresel ölçekte geliştirilmiş olan standartlar, ilkeler, anlaşmalar ve modeller içerikleri ile birlikte açıklanmıştır. Araştırmanın analiz kısmında kullanılan Birleşmiş Milletlere ait küresel kalkınma hedefleri ve kurumsal sosyal girişim ilkeleri bankaların sosyal sorumluluk çalışmaları ile örneklendirilerek sunulmuştur. Araştırma kapsamında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye Katılım Bankaları Birliği tarafından, 2019 yılı ilk üç aylık dönem içerisinde ilan edilen; kamusal sermayeli mevduat bankaları, Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar, özel sermayeli mevduat bankaları, yabancı sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları, özel sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları ve katılım bankaları olmak üzere, 53 bankanın internet sitelerinde bulunan 467 KSS raporu, içerik analizi ile incelenmiştir. İkincil veri olarak elde edilen sosyal sorumluluk çalışmaları, banka adı, banka türü, çalışma başlığı, proje adı, proje faaliyet alanı, iştirakler, proje uygulama yılı, proje içeriği, projeye erişim linki başlıkları altında kategorilere ayrılmıştır. Veri toplama aşamasında, yalnızca bankaların internet adreslerinde bulunan veriler kaydedilmiştir. Elde edilen KSS verileri, ''Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'' ve ''Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri'' (Kotler ve Lee, 2015) çerçevesinde bütüncül bir yaklaşımla, değerlendirilmiştir.

Araştırma sonucunda bankaların ekonomi, sanat, turizm, aile, kültür, spor, sosyal yardım, engelsiz yaşam gibi birçok beşeri alanda çalışmaları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'deki bankaların KSS çalışmalarının, kurumsal sosyal sorumluluk ilkeleri çerçevesinde ele alındığında en çok hayırseverlik kapsamına girdiği saptanmıştır. Bu çalışmalar Birleşmiş Milletler sürdürülebilir kalkınma hedefleri çerçevesinde ele alındığında ise en çok eğitim alanında faaliyette bulunulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bankaların KSS çalışmaları analiz edilirken dikkat çeken bir başka husus, bankaların sürdürülebilir çalışmalara önem verdiklerinin görülmesidir. Araştırmada ayrıca, Türkiye' de sosyal sorumluluk alanında, bireysel katılım düşük düzeyde olduğu ve bireylerin gönüllü faaliyetlerde yeterince yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar, literatürde bankaların sosyal sorumluluk çalışmalarına ilişkin yer alan

araştırmalar ile kıyaslanarak yorumlanmıştır. Elde edilen bulgular bağlamında, KSS alanına ilişkin yapılacak araştırmalara ve uygulamacılara yönelik önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal sorumluluk, hayırseverlik, banka, web.

ABSTRACT

SUSTAINABLE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY APPLICATIONS

(AN ASSESSMENT ON BANKS)

ÖZATA GÜNEL, Esra

Master of Arts MA - 2020

Department of Business Administration

Field of Marketing

Supervisor: Doç. Dr. Muhammet Ali TİLTAY

Global developments and increasing technological advances lead to differences in society's needs and expectations. Today's businesses have adopted that they can not only offer products or services but also be indifferent to the needs of society. It is not the case that a business that remains insensitive to the expectations of society is expected to have a long commercial life.

The development of social responsibility in Turkey is at a lower rate than in European countries. The corporate social responsibility industry in European countries provides 20 billion dollars a year in revenue to the country's economy. But Turkish companies have a lower income ratio than 1% of this market (KSSD, 2019). Corporate social responsibility (CSR) is an area of importance in our country due to its influence in philanthropy, which is the basis of Turkish culture. It is observed that the banks, which are the first enterprises that come to mind when it is mentioned, are working towards social responsibility. The aim of this study is to analyze the Corporate Social Responsibility activities of banks within the framework of the United Nations Sustainable Development Goals and corporate social initiatives. In this context, explanations and approaches related to the concept of Corporate Social Responsibility have been given and the historical development of Corporate Social Responsibility has been discussed. The standards, principles, agreements and models

developed on a global scale in the field of corporate social responsibility are explained together with their contents. The UN global development goals and corporate social enterprise principles used in the analysis section of the research are exemplified by the social responsibility studies of the banks and presented in detail. The scope of the research announced by the Banks Association of Turkey and participation Banks Association of Turkey, declared in the first quarter of 2019; public-owned deposit banks established in Turkey, foreign-owned banks, private-owned deposit banks, foreign-owned development and investment banks, privately-owned development and investment banks and participation banks, including the bank's CSR 53, 467 the study of the secondary data is obtained as found on internet sites, was made into a chart.

CSR activities in the statements, bank name, bank type, work title, project name, project areas of activity, ınvestments, year of project ımplementation, project content, project, access link is divided into categories under the headings in detail. During the data collection phase, only data from banks ' internet addresses was recorded. CSR data were analyzed and interpreted in graphs with a holistic approach within the framework of the UN sustainability goals and corporate social responsibility initiatives. As a result of the research, it was concluded that banks work in many humanities such as economy, art, tourism, family, culture, sports, social assistance, life without disabilities. The CSR activities of the banks in Turkey are considered to be the most philanthropic in the framework of corporate social responsibility principles. When these studies are taken into consideration within the framework of the United Nations sustainable development goals, it is concluded that most work is done in the field of Education. Another point that draws attention when analyzing the CSR studies of the banks is that it is seen that the banks attach importance to sustainable studies. The study also concluded that individual participation in the field of social responsibility in Turkey is low and individuals are not adequately involved in voluntary activities. The results obtained within the scope of the research were compared with the research on social responsibility studies of banks in the literature and interpreted. Following the findings, evaluations were given to assist with the scientific studies and research related to CSR field.

Keywords: Social responsibility, philanthropy, bank, web.

İÇİNDEKİLER

ÖZET ……. v

ABSTRACT …….....vi

TABLOLAR LİSTESİ ……...……..xiii

ŞEKİLLER LİSTESİ …….……..……..…….... xv

EKLER LİSTESİ ……...……..xvii

KISALTMALAR LİSTESİ ……..……..xviii

ÖNSÖZ …….…….……... xx

GİRİŞ ……..……... 1

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI 3

1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı 3

1.2. KSS Kavramının Tarihsel Gelişimi 9

1.2.1. İşletme Öncesi Dönem 10

1.2.2. Sanayi Devrimi Öncesi Dönem 10

1.2.3. Sanayi Devrimi Dönemi ve Sonrası 12

1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları 16

1.3.1. Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı (Friedman Yaklaşımı) 16

1.3.2. Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı 18

1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları 19

1.4.1. Müşterilere Karşı Sorumluluklar: 20

1.4.2. Çalışanlara Karşı Sorumluluklar: 20

1.4.3. Topluma Karşı Sorumluluklar: 21
1.4.4. Çevreye Karşı Sorumluluklar: 21
1.4.5. Rakiplere Karşı Sorumluluklar: 22
1.4.6. Yatırımcılara Karşı Sorumluluklar: 22
1.4.7. Tedarikçilere Karşı Sorumluluklar: 22
1.4.8. Dağıtım Kanalı Elemanlarına Karşı Sorumluluklar: 23
1.4.9. Devlete Karşı Sorumluluklar: 23
1.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Avantajları ve Dezavantajları 24
1.5.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin İşletmelere Sağlayacağı Avantajlar 24
1.5.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin İşletmelere Sağlayacağı Dezavantajlar 26
1.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Türkiye'deki Gelişimi 27

İKİNCİ BÖLÜM

EVRENSEL İLKE, BİLDİRİ VE MODELLER

2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanına İlişkin Geliştirilen Evrensel Standartlar, İlkeler ve Anlaşmalar 33
2.1. Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Geliştirilen Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri ve Bildirgeleri……..……34
2.1.1. ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü – International Labour Organization), Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İle İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi 34
2.1.2. OECD Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi 35
2.1.3. Birleşmiş Milletler, Küresel Sözleşmesi (Global Compact)..... 36
2.1.4. Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi (UNEP FI) 37
2.1.5. Avrupa Birliği Komisyonu, "Yeşil Bildiri''(Green Paper) 39
2.2. STK Tarafından Yürütülen KSS Standart ve İlkeleri 40
2.2.1. CERES İlkeleri (Çevreye Duyarlı Ekonomiler Birliği İlkeleri) 41
2.2.2. CAUX İlkeleri 43
2.2.3. Küresel Sullivan İlkeleri (Global Sullivan Principles) 44
2.2.4. Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative - GRI)..... 45

2.2.5. SA8000 (Sosyal Sorumluluk Standardı 8000) 45
2.2.6. AA1000 Standardı (AccountAbility1000) 46
2.3. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları 52
2.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri 64
2.4.1. Kurumsal Sosyal Performans Modeli: 65
2.4.2. Carroll Kurumsal Sosyal Performans Modeli 65
2.4.3. Wartick ve Cochran Kurumsal Sosyal Performans Modeli 67
2.4.4. Wood Kurumsal Sosyal Performans Modeli 68
2.4.5. Kurumsal Sosyal Girişim Modeli 69
2.3.1. Friedman Modeli 72
2.3.2. Paydaş Modeli 73

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BANKALARIN KSS ÇALIŞMALARININ, BM SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ VE KURUMSAL SOSYAL GİRİŞİMLER ÇERÇEVESİNDE İNCELEMEYE YÖNELİK BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI 88
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ 88
3.3. ARAŞTIRMANIN KISITLARI 89
3.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ 89
3.5. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ 89
3.6. VERİLERİN ANALİZİ 92
3.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI 92
3.7.1. Bankaların KSS Faaliyetlerinin Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi 99
3.7.2. Bankaların KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Çerçevesinde Analizi 109
3.7.3. Türkiye'deki Bankaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Dönemsel Çerçevede Analizi 122
3.7.4. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı 125

3.7.5. Bankaların KSS Çalışmalarındaki Alanların Oransal Dağılımı 126
SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER..... 128
KAYNAKÇA..... 138

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışı ve Dönemsel Boyutları 15
Tablo 1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İşletmeye ve Paydaşlarına Sağlayacağı Faydalar 25
Tablo 1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluğun Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi 29
Tablo 1.4. GFK Tarafından Hazırlanan, Türkiye'deki Uygulanmış En Başarılı KSS Çalışmaları Analizi 32
Tablo 2.1. Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Geliştirilen Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri ve Bildirgeleri 34
Tablo 2.2. Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesine Göre İşletmelerin Sorumlulukları 35
Tablo 2.3. Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi Bildirgesi 38
Tablo 2.4. STK / Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından Başlatılan ve Sürdürülen Başlıca KSS Girişimleri 41
Tablo 2.5. İş Tanımlarındaki Değişimler 55
Tablo 2.6. Kurumsal Sosyal Girişim Modeli (DELL Firması Örneği) 71
Tablo 2.7. Kurumsal Sosyal Sorumluluk İle Alakalı Literatürde Yer Alan Bazı Araştırmalar 77
Tablo 3.1. Bankaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarına Erişim Bağlantıları 90
Tablo 3.2. Bankaların KSS Faaliyetlerinin Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Örnekleri 93
Tablo 3.3. Bankaların KSS Faaliyetlerinin BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analiz 95
Tablo 3.4. Kamusal Sermayeli Bankaların KSS Faaliyetlerinin, Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi 99
Tablo 3.5. Özel Sermayeli Bankaların KSS Faaliyetlerinin Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi 101
Tablo 3.6. Yabancı Sermayeli Bankaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin, Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi 102
Tablo 3.7. Özel Sermayeli Mevduat Bankaları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin, Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi 104

Tablo 3.8. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankaların KSS Faaliyetlerinin, Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi 106
Tablo 3.9. Katılım Bankalarının KSS Faaliyetlerinin Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi 108
Tablo 3.10. Kamusal Sermayeli Mevduat Bankalarının KSS Faaliyetlerinin BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Analizi 110
Tablo 3.11. Özel Sermayeli Kalkınma ve Mevduat Bankalarının KSS Faaliyetlerinin BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi 112
Tablo 3.12. Yabancı Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankalarının KSS Faaliyetlerinin BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi 113
Tablo 3.13. Özel Sermayeli Mevduat Bankalarının KSS Faaliyetlerinin BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi 115
Tablo 3.14. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankaların KSS Faaliyetlerinin BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi 117
Tablo 3.15. Katılım Bankalarının KSS Faaliyetlerinin BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi 120

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Bütünleşik Paydaş Değerleri 7
Şekil 1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluk Piramidi 8
Şekil 1.3. Basit İşletme ve Sorumlulukları 11
Şekil 1.4. Kültürel Çeşitlik Şeması 13
Şekil 1.5. KSS Gelişimindeki Etkili Değişkenler 13
Şekil 1.6. Friedman'ın Görüşüne Göre İşletme ve Sosyal Sorumlulukları 17
Şekil 1.7. İş Döngüsü Yaklaşımına Göre İşletme ve Sorumlulukları 18
Şekil 1.8. Türkiye'de STK'lara Katılım Grafiği 30
Şekil 1.9. Derneklerin Yıllara Göre Üye Sayıları 31
Şekil 1.10. İnsani Gelişme Vakfı KSS Analizi 31
Şekil 2.1. Kurumsal Vatandaşlık Dinamikleri 49
Şekil 2.2. Adidas Projesine ait Görsel 50
Şekil 2.3. Adidas projesine ait Görsel 51
Şekil 2.4. BM Sürdürülebilirlik Hedefleri 53
Şekil 2.5. Türkiye KSS Proje Alanlarının Dağılım Grafiği 67
Şekil 2.6. Wartick ve Cochran Kurumsal Performans Tablosu 68
Şekil 2.7. Wood Kurumsal Sosyal Performans Modeli 69
Şekil 2.8. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri Grafiği 70
Şekil 2.9. Friedman Klasik Yaklaşım Modeli Şekli 73
Şekil 2.10. Şirketlerin Paydaş Modeli 74
Şekil 2.11. Paydaş Teorisinin Üç Görüşü 75
Şekil 2.12. Paydaş Yaklaşımı Döngüsü Kaynak: Mcvea ve Freeman(2001)'ın ''A Stakeholder Approach To Strategic Management'' makalesinden faydalanılarak oluşturulmuştur. 76
Şekil 3.1. Kamusal Sermayeli Bankaların KSS Faaliyetlerinin, Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 100
Şekil 3.2. Özel Sermayeli Bankaların KSS Çalışmalarının Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 102
Şekil 3.3. Yabancı Sermayeli Yatırım Bankalarına ait KSS Çalışmalarının Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 103
Şekil 3.4. Özel Sermayeli Mevduat Bankalarına ait KSS Çalışmalarının Kotler'in Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 105

Şekil 3.5. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankalara ait KSS Çalışmalarının Kotler'in Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 107
Şekil 3.6. Katılım Bankalarına ait KSS Çalışmalarının Kotler'in Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 109
Şekil 3.7. Kamusal Sermayeli Bankalara ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 111
Şekil 3.8. Özel Sermayeli Kalkınma Bankalarına ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 113
Şekil 3.9. Yabancı Sermayeli Mevduat Bankalarına ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 114
Şekil 3.10. Özel Sermayeli Mevduat Bankalarına ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 116
Şekil 3.11. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankalara ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 118
Şekil 3.12. Katılım Bankalarına ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları 121
Şekil 3.13. Bankaların KSS Çalışmalarının Dönemsel Çerçevede Analizi 122
Şekil 3.14. Kamusal Sermayeli Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı 122
Şekil 3.15. Özel Sermayeli Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı 123
Şekil 3.16. Katılım Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı 124
Şekil 3.17. Yabancı Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı 124
Şekil 3.18. Özel Sermayeli Mevduat Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı 125
Şekil 3.19. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankaların KSS Performans Dağılımı 126

EKLER LİSTESİ

Ek 1: Türkiye Bankalar Birliği Tarafından İlan Edilen Resmi Bankalar Listesi

Ek 2: Türkiye Katılım Bankaları Birliği Tarafından İlan Edilen Resmi Bankalar Listesi

Ek 3: Bankaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri (Excel Tablosu)

Ek 4: Bankaların Yıllara Göre KSS Çalışmaları Sayıları (Excel Tablosu)

Ek 5: BM Hedefleri Kapsamında Bankaların KSS Yüzdelikleri (Excel tablosu)

Ek 6: Kurumsal Sosyal Girişim İlkeleri Kapsamında Bankaların KSS Yüzdelikleri (Excel Tablosu)

KISALTMALAR LİSTESİ

AA1000: AccountAbility1000

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AFD: Agence Française de Development

BDDK: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu

BM: Birleşmiş Milletler

CAUX: Caux Round Table

CED: Committee For Economic Development

CEPPA: Center for Ethics, Philosophy and Public Affairs

CERES: Coalition for Environmentally Responsible Economies

FTSE: Financial Times Stock Exchange Index

GFK: Growth From Knowledge

GRI: Global Reporting Initiative

ILO: International Labour Organization

İK: İnsan Kaynakları

İNGEV: İnsani Gelişme Vakfı

İŞKUR: Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü

KEDV: Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı

KSS: Kurumsal Sosyal Sorumluluk

KSSD: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği

OECD: The Organisation for Economic Cooperation and Development

OXFAM: The Power Of People Against Povert

SA8000: Social Accountability 8000

SS: Sayfa

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

TEMA: Türkiye Erozyonla Mücadele Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı

TİSVA: Türkiye İsrafı Önleme Vakfı

TOG: Toplum Gönüllüleri Vakfı

TR: Türkiye

TUBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

UN: United Nations

UNEP/FI: United Nations Enviroment Programme Finance Initiative

Yy: Yüzyıl

ÖNSÖZ

Çalışmamın gerçekleşmesinde çok kıymetli katkıları ve özverili yaklaşımı yanında, yüksek lisans eğitim sürecim ve tez araştırmamın her aşamasında desteğini esirgemeyen, zamanını ve bilgisini paylaşan tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Muhammet Ali TİLTAY' a;

Lisans ve Yüksek Lisans eğitimim boyunca bilgisini, desteğini benimle paylaşan hocam Sayın Prof. Dr. Gülfidan BARIŞ' a ;

Hayatımın her döneminde destekçim olan ve eğitimime önem veren çok kıymetli aileme; bana yol gösteren, sabır ve anlayışla çalışmamı destekleyen ve daima yanımda olan kıymetli eşim Av. Fatih ÖZATA' ya;

Hayatta başarabildiğim ve geliştirebileceğim tüm güzel şeylerin vesilesi olan, canım babamın hatırasına sonsuz teşekkür ederim.

GİRİŞ

1970'li yıllardan bu yana gelişim göstererek devam eden sosyal sorumluluk çalışmalarının, aslında işletme dönemi öncesi kadar eski bir alan olduğunu ifade etmek mümkündür. KSS kavramı, farklı oluşumlarla karşımıza çıkmış olsa da hayırseverlik anlayışı ile birlikte sıra gelen dini inançlar, örf, adet, gelenek, kültür, toplumsal yaşam, teknolojik ve sosyolojik değişim evreleri ile birlikte günümüze kurumsal bir yapı olarak ulaştığı görülmektedir.

Sanayi devrimi ile birlikte arz talep dengesindeki hızlı değişimler, seri üretime geçen işletmeleri, toplumun beşeri beklentilerini dikkate alma yönünde etkilemiştir. Toplumun işletmelerden beklentisi üretimden çok daha fazlası haline gelmiştir. Bir başka ifadeyle, sanayileşmenin etkisi ile birlikte toplumun işletmelerden beklentisi salt ürün/hizmet sunulmasından çıkmış, toplumun sorun ve beklentilerine yönelik faaliyetlere geçilmesi beklenilmiştir. Tüketici profilindeki bu gelişmeler, gün geçtikçe artarak işletmelerin daha sorumlu bir bakış açısına sahip olmalarına ortam hazırlamıştır. Bu ortam içerisinde, artan toplum beklentileri dolayısıyla KSS alanı ön plana çıkmaya başlamıştır.

Günümüzde bireylerde, salt ürün veya hizmet sunumuyla değil, aynı zamanda işletmelerin sosyal sorumluluk çalışmalarına dikkat ederek bir marka algısı oluşmaktadır. Bu bağlamda KSS çalışmalarının, işletmeler açısından önemli bir rekabet aracı haline geldiğini ifade etmek mümkündür. Bir başka deyişle, güçlü bir itibar oluşturmak isteyen işletmeler açısından sosyal sorumluluk çalışmaları, bir değer yaratma aracı haline dönüşmüştür. Toplumdaki bireyler bir ürün veya hizmet talebinde bulunurken işletmelerin toplumsal sorumluluklarına ilişkin faaliyetleri de dikkate almaktadırlar. Bu bağlamda işletmelerin sağlıklı bir konumlandırmada bulunabilmesi açısından, KSS çalışmalarının önemli bir alan olduğunu ifade etmek mümkündür.

Bankalar, kurumsal iş hayatında oldukça aktif rol üstlenmektedirler. Bu durumun sonucu olarak, bankalar tıpkı üretim işletmeleri gibi yoğun bir rekabet ortamında hizmet vererek ayakta durmaya çalışmaktadırlar. Artan rekabeti yönetmek ve toplum ile paydaş ilişkisi kurarak süreklilik sağlamak açısından, sosyal sorumluluk alanları bankalar açısından son derece önemli faaliyet alanlarıdır.

Kurumsal bir yapıda olmaları ve toplumun neredeyse her kesimine hitap eden bir işletme alanı olması bakımından, KSS çalışmalarının bankalar açısından önemli olduğunu ifade edebiliriz.

Bu araştırmanın ilk bölümünde KSS kavramına ilişkin birçok tanımlamaya yer verilmiştir. Bu tanımlar ile birlikte KSS kavramının tarihsel gelişimi, işletme öncesi dönem, işletme sonrası dönem ve sanayi devrimi ve sonrası dönem olmak üzere bütüncül bir yaklaşım ile ele alınmıştır. Devamında, Türkiye'deki KSS alanının gelişimine ilişkin literatüre yer verilmiştir. Ayrıca birinci bölümde, KSS ile ilgili klasik ve modern yaklaşımlar açıklanmış olup; sosyal sorumluluk çalışmalarının hangi alanlarda, ne tür yükümlülükleri içerdiği ele alınmıştır. Bu bölümde, temel kavramlarla başlayıp ilerleyen KSS alanının, avantaj ve dezavantajlarına yer verilmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde, KSS alanının küresel bir alan olması bakımından, bu alana ilişkin geliştirilen evrensel standart ilke ve anlaşmalara yer verilmiştir. Bu bölümde küresel olarak kabul edilen girişimler ile birlikte Birleşmiş Milletlere ait sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve kurumsal sosyal girişim ilkeleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır. KSS' ye ilişkin ulusal boyutlarda geliştirilmiş olan modellerin de yer aldığı bu bölümde, uluslararası girişimlerden bahsedilmiştir.

Tezin son bölümünde, araştırmanın amacı, yöntemi, kısıtları, analizi, sonuç, öneri ve tartışma kısımlarına yer verilmiştir. Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye Kamusal Bankalar birliği tarafından 2019 yılı ilk üç aylık dönem içerisinde yayınlanan 53 banka evren olarak belirlenmiş, KSS raporlarına ilişkin yapılan içerik analizi sonucunda elde edilen veriler tablo ve grafikler halinde sunulmuştur. Bankaların resmi internet adresleri üzerinden, ikincil verilerin derlenmesi sonucu oluşan sosyal sorumluluk çalışmaları, BM sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve kurumsal sosyal girişim ilkeleri doğrultusunda analiz edilerek değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, KSS alanına ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Kurumsal sosyal sorumluluk, kavramsal olarak ilk kez iktisatçı yazar Howard R. Bowen'in, şirketlerin toplum değerleriyle örtüşen politikaları benimsemeleri gerektiğini ifade eden ''Social Responsibilities Businessman'' kitabında yer bulmuştur (Balı ve Cinel, 2011: 48). Ancak gün geçtikçe önem kazanan bir kavram olarak karşımıza çıkan KSS üzerinde, tam olarak kabul görmüş bir tanım olduğunu söylemek güçtür. Tutarlı bir KSS tanımı için birçok girişim olmasına rağmen hem bilim insanları hem de KSS uygulayıcıları, KSS terminolojisi konusunda çok fazla netlik sağlayamamıştır (Mühle, 2010: 38). KSS' in tanımı, başlangıcına kıyasla büyük ölçüde netlik kazanmış olsa da hâlâ gelişmeye ve dönüşüm yaşamaya devam etmekte (Yamak, 2007: 99) ve kavrama ilişkin çok sayıda öznel yorumlamalar bulunmaktadır.

KSS, çevresel tahribatların artmasıyla oluşan farkındalığın sonucu olarak; çok belirgin bir çevresel boyut içeren diğer türev konseptlerle birlikte ortaya çıkmış (Masip ve Malino, 2018: 47), görüş ayrılıklarının da etkisiyle birçok tanımı bulunmaktadır. KSS, işletmelerin uzun vadede değer yaratmak amacıyla çevresel, sosyal, ekonomik alanlarda tüm paydaşların çıkarlarının gözetilerek sürdürülebilir bir dünyaya gönüllü destekte bulunmasıdır (Tiltay, Öz ve Tepe, 2019: 344). KSS, tanımına en ilgi çekici tanımlamalar ve katkılar; Johnson, CED, Davis, Stenier, Eells ve Walton, Sethi, Preston ve Post, ve Carroll tarafından geliştirilmiştir. (Carroll, 1999: 291):

- KSS, işletmenin göstermiş olduğu kurumsal davranışlar ile sosyal değerleri, sosyal performans ve hedefler ile uyumlu bir hale getirmektir (Sethi, 1975).
- İşletmenin ekonomik ve kar odaklı yaklaşımdan çıkması, yasal kısıtlamalar zorunluluğu ile değil sosyal fayda sağlamayı amaç edinmesi ve sosyal sorunlara yanıt aranılmasıdır (Davis, 1975).
- İşletmenin sosyal sorumluluğu, faaliyet gösterdiği döneme ait ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik kavramları kapsamında göstermiş

olduğu faaliyetlerdir (Carroll, 1979). Carroll 1991 yılında, işletmelerin sosyal sorumluluklarını göreceli önem sırasına göre bir piramitte sıralayarak bu dört kavramı resmetmiştir(Baden, 2016: 1) .

- Ekonomik kalkınma komitesine (1971: 21) göre ise kurumsal sosyal sorumlulukların artan bir şekilde uygulamada görülmesinin, işletmelerin kurumsal güç kullanmalarına ilişkin resmi ve gayri resmi kısıtlamaların artmasıyla ortaya çıkan bir yapı olarak ifade etmektedir.

KSS insanları, toplulukları ve işletmelerin bulundukları çevreyi etkileyen her türlü eylemden sorumlu olmasını savunur (Post, Frederick, Lawrence, Weber, 1996: 37). Özellikle 1970'lerden itibaren gelişme gösteren ve değişik tanımlamalarla gündeme gelmeye başlayan bu kavrama; analizi ve sınırlanması zor tanımlarda eklenmiş durumdadır. Kurumsal vatandaşlık kavramı, sürdürülebilir iş ve iş ahlakı terimleri ile örtüşürken (Moon, 2004: 2) kurumsal sosyal duyarlılık, kurumsal sosyal performans gibi tanımlar KSS kavramının içeriğiyle uzaktan ilişkili kavramlardır.

KSS, temelinde hayırseverlik kavramını barındırmaktadır. Hayırseverlik ve sosyal sorumluluk farklı kavramlardır. Hayırseverlik, Arapça ''hayır'' ve Türkçe ''sevme'' kelimelerinin birleştirilmesiyle, hayır yapmayı sevme işi anlamında kullanılmıştır. 'Hayır' kelimesinin birçok anlamı olmakla birlikte genel olarak, iyi, iyilik, fayda ve iyi iş gibi anlamlarda kullanılır. Hayırseverlik; yoksullara, düşkünlere, zayıflara yani yardıma muhtaç olanlara ya da herkese, iyilik ve yardım etmeyi sevmek, bu yolda çaba sarf ederek (Adıgüzel, 2014: 70) hiçbir karşılık beklemeksizin tamamen gönüllü bir şekilde gerçekleştirilirken; KSS içeriğinde daha fazla ticari strateji ve hedef barındırmaktadır. Hayırseverlik genel anlamda daha kişisel iken, KSS ise nispeten daha kitlesel ve toplumun geneline yöneliktir. Hayırseverlik kavramı üzerinde çok tartışmalar olmasa da, kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllü bir eylem yapısı mı yoksa ticari beklentilerin bir aracı olarak görülüp görülmediği hala tartışılan bir konudur.

Hayırseverlik bağlamında sosyal sorumluluk uygulamalarına, medeniyetin çok eski dönemlerinde rastlamak mümkündür. Örneğin Sümer tabletlerinde işçilerin dinlenme saatleri vb. hakları konusunda bilgiler yer alırken; yine bazı dinlerde insan haklarının korunması amacı ile iş ahlakı ve toplumsal dayanışma konularında yönlendirmeler bulunmaktadır. Bu yönlendirmeler bireysel, kamusal, vakıflar,

dernekler, loncalar vb. birçok aracıyla da tarih boyunca sağlanmaya çalışılmıştır. Örneğin, Türkiye'de vakıfların tarihi Anadolu Selçuklu dönemine dayanmakta olup; vakıflar, halkın sağlık ve eğitim sorunlarına çözümler sunmak, yoksulların karnını doyurmak amacıyla aşevleri, hastaneler, medreseler kurmuşlardır (Borça, 2018: 140). Osmanlıda Ahi birlikleri üretim ile tüketim arasındaki dengeyi sağlamış, bu amaçla, zaman zaman üretim sınırlamaları getirerek, insan emeğinin değerini bulması için ''Narh Sistemi'' ile getirilen standartlaşma ile tüketicinin korunmasını sağlanmıştır (Demirtaş, 2015: 20). Osmanlı devletinde bir uygulama olan ahilik ve lonca sistemi de bu amaca benzer bir misyon ile faaliyetlerde bulunmuşlardır. Ahilik sistemi sayesinde esnaflara yönelik verilen eğitimler ile esnafların nitelikleri iyileştirilmiş olup, esnaf ve kurumlar arasındaki ilişkiler güçlenmiş, daha kaliteli ve uygun ürünlerin üretimine ortam hazırlanmıştır. Esnafların ahlak, iş eğitimi vb. konularda eğitim alması, üretimin kalitesini arttırmış olup, topluma fayda sağlamış uygulamalardır.

Loncalar ise, Osmanlı toplumunda çalışanlar arasında zanaatkâra ayrı bir önem veren, faaliyetlerini tüm üyelerinin çıkarlarına uygun olarak düzenleyen, felsefe itibariyle de halka yönelik gruplar olarak sosyal sorumluluk bilincini ayakta tutan (Korkmaz, 2009: 29) günümüz toplumundaki sosyal sorumluluğun da basamaklarından biri olan bir yapıdır. Meslek birlikleri, meslek loncaları, meslek dayanışması medeni her toplumda evrensel bir olaydır. Dolayısıyla ahi tipindeki bir birim sadece bizim toplumumuza özel değildir. Medeni âleme has bir birlik olması (Ortaylı, 2018: 95) dolayısıyla evrensel bir birlik kültürüdür. Bu kültür, toplumdan topluma değişmekte ve bulunduğu topluma göre kaideleri barındırmaktadır.

Sosyal sorumluluk, herhangi bir işletmenin, toplu yaşamda faaliyetlerinden dolayı çevresinde yarattığı olumlu veya olumsuz etkileri bilinçli bir şekilde değerlendirip olumsuz etkilere karşı önlem alması ya da işletmelerin üretimden tüketime kadar olan bütün aşamalardaki faaliyetleri esnasında topluma zararlı faaliyetler açısından işletmeyi sınırlayan, toplumun refahına katkıda bulunmayı zorlayan ve bunu öngören politikalar, prosedürler ve eylemleri benimsemesi olarak tanımlanabilir (Korkmaz, 2009: 20-21). KSS, isteğe bağlı iş uygulamaları ve kurumsal kaynakları aracılığıyla toplumun refahını iyileştirmek için üstlenilen bir yükümlülük (Kotler ve Lee, 2017: 2-3) olmakla birlikte; doğrudan ücret ödemeden,

ancak uzun vadeli yatırımcı değeri ile tutarlı ve dolaylı olarak hizmet veren sosyal çıkarlara hizmet etmektir (Capaldi, 2016). Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği (2019)'ne göre KSS' nin en ideal yaklaşımı, kurumların yasal zorunluluklar sebebiyle değil, gönüllü ve KSS' yi şirket stratejilerine dâhil ederek uygulaması en sürdürülebilir yol olmasıdır.

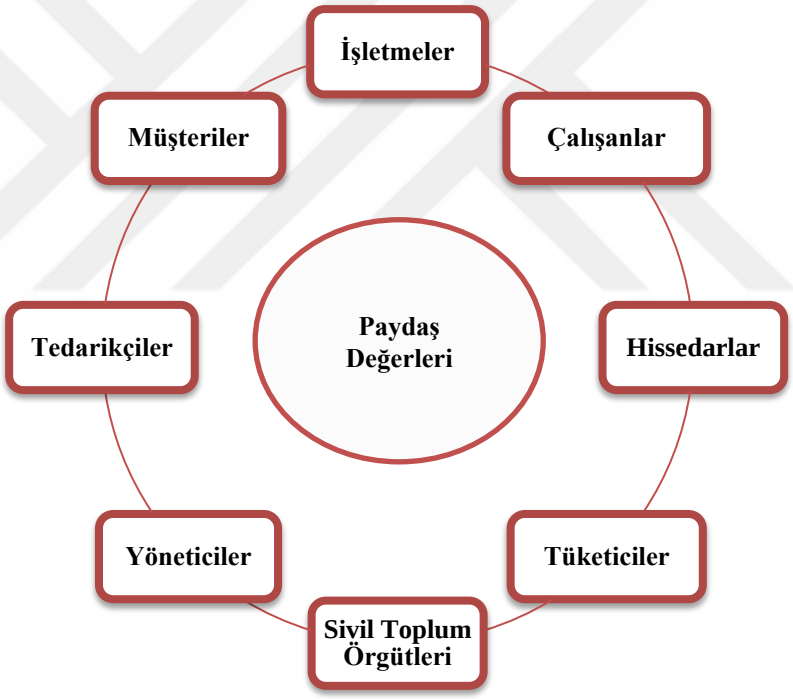
KSS, ticari faaliyetlerin sosyal değerlerle uyumlaştırılması süreci (Andersen, 2004: 32) olması bakımından içeriğinde birçok yaklaşımı barındırmaktadır. KSS, iş yaklaşımlarını; rekabetçiliği cezalandırmayan ticari bir çerçeveye uyarlamak ve iş hedeflerini destekleyen ve toplumun uzun vadeli hedeflerini güçlendirmek için karlı bir platform sağlayan, sürdürülebilir stratejiler geliştirmekle ilgilidir. Uzun soluklu sürdürülebilecek strateji pek azdır. Eninde sonunda rekabet avantajını ortadan kaldıracak bir şey çıkar. Yeni bir teknoloji ortaya çıkar, ürünü daha hızlı, ucuz, hızlı üretmeyi sağlayacak yeni bir imalat düzeni gelişir ve avantaj ortadan kalkar (Harvard Business, 2019: 195). Bu gelişmelerden dolayı, KSS'ninde tıpkı işletmeler gibi uzun ömürlü ve sürdürülebilir olması arzu edilmektedir. Geleneksel anlayıştan çıkarak, uzun vadeli ve belirli stratejiler doğrultusunda, çağın gereksinimlerini karşılayacak KSS politikaları hedeflenmektedir.

Teknolojinin gelişmesi ve iletişim kanallarının artmasıyla birlikte şirketlerin sosyal sorumluluk çalışmaları da küresel boyut kazanmaktadır. Bu bağlamda toplumun yapılan KSS çalışmalarını mukayese ederek, beklentilerinin artması sonucu da ortaya çıkmaktadır. İşletmeler, hızla değişmekte olan beşeri dinamikler için; kısa süreli hayırseverlik anlayışından çıkarak, daha uzun soluklu ve sürdürülebilir çalışmalara yönelmektedirler. Aksi takdirde günümüz koşullarında toplumun beklenti ve ihtiyaçlarına kayıtsız kalan işletmelerin, uzun ömürlü olması beklenen bir durum değildir.

KSS; toplumun artan ihtiyaçları, paydaş ve çıkar gruplarının beklentileri, çalışanların motivasyonu, işletmelerin markalarına olan olumlu etkisi, pazarlama faaliyetlerindeki etkilerinden dolayı işletmeler açısından hayati önem taşımaktadır. Kuruluşların gönüllü olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel sorunlara karşı duyarlılıklarını toplumsal faaliyetlerine ve paydaşlarıyla olan etkileşimlerine dâhil ettiği bir kavram olan sosyal sorumluluk, resmi beklentileri yerine getirmenin yanı sıra aynı zamanda gönüllü olarak insan sermayesine ve çevreye daha çok yatırım

yapabilmektir (Demirtaş, 2015: 1). Bu açıklamalar ışığında önemli olan bir başka husus ise; işletmelerin KSS çalışmalarını yasal zorunluluklara bağlı olarak değil, bilinçli ve gönüllü bir şekilde yapmaları arzu ediliyor olmasıdır. Bir başka ifadeyle, istekli ve katılımın gerçek gönüllülerden oluşacağı bir KSS platformunda, projelerin ve hedeflerin istenilen düzeye ulaşılabilir olması daha mümkündür.

Bir işletme, KSS çalışmaları sırasında tüm paydaşlarını dikkate alarak stratejilerini belirlemelidir. Paydaşlarını, tedarikçilerini, çalışanlarını, sivil toplum kuruluşlarını, toplumu ve hatta devleti ortak platformda buluşturabilen bir KSS çalışmasının başarısı topluma olduğu kadar işletmeye de fayda sağlayacaktır. KSS bağlamında işletmenin paydaş değerlerini Hawkins'in oluşturduğu şekilde özetlemek mümkündür:



Şekil 1.1. Bütünleşik Paydaş Değerleri

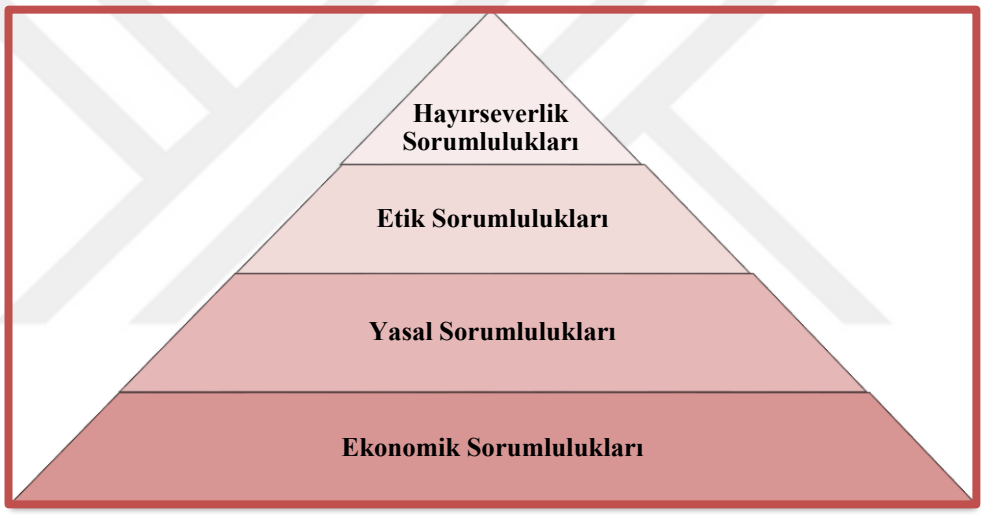
Kaynak: (Hawkins, 2006: 143)

İşletmelerin devamlılığı açısından, karlılık oranları önemlidir. Fakat sosyal sorumluluk bilincini kurumunda bir kültür olarak benimseyemeyen; işletme çevresine ve topluma bunu yansıtamayan işletmelerin uzun ömürlü olmaları pek beklenen bir durum değildir. Artık işletmelerin, eski yönetim anlayışından çıkarak, her şeyden önce sosyal sorumlu, geleceğini gören ve sorumluluklarının devamlılığını

sağlayan bir vizyona sahip olmaları gerekmekte (Solmaz, 2005: 117) paydaşlarını dikkate almaları beklenilmektedir.

Paydaş değerleri ve çıkarlarının yanı sıra, bir iş adamı veya kurum için KSS' nin faaliyet kapsamına girmesi beklenir. KSS, sadece ticari beklenti veya otoritelerin beklentileri doğrultusunda değil, yöneticilerin kendi istek ve bilinci ile de anlam kazanması istenilen bir alandır.

Faaliyet kapsamında KSS' ye yönelik kararlar alırken işletmeler paydaşların yanında bazı değişkenleri de göz önüne alarak karar vermelidirler. Carroll' a göre KSS' nin kabul edilebilmesi için dört ana başlık vardır. Bunlar: ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik kavramlarıdır:



Şekil 1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluk Piramidi

Kaynak: (Carroll, 1991: 42)

Ekonomik sorumluluklar: Carroll'un sosyal sorumluluk piramidini incelediğimizde; ilk basamakta işletmelerin nihai amacı olan ekonomik sorumluluklar olduğunu görmekteyiz. İşletmelerin mevcut koşullarla maksimum kar etmesini içermektedir.

Yasal sorumluluklar: İşletmelerin ekonomik hedeflerini desteklerken sınırsız yetki verilmemesini içerir. Bir başka deyişle, bir işletme ticari faaliyetlerini gerçekleştirirken yasalara uygun şekilde hareket etmek zorundadır.

Etik sorumluluklar: ekonomik ve yasal sorumlulukların belirli aşamaları geçerek geliştiğinin ve zaman içerisinde yeterli olmadığının habercisidir. Etik

kavramı, yasalar gibi yazılı ve uyulması zorunlu kurallar değildir. Toplumsal dinamikler ve değerlere göre oluşmuş olan normları etik olarak kabul edebiliriz. Nitekim etik sorumluluklar, ticari faaliyetlerin gelişimi ile birlikte işletmelerin dikkat etmesi gereken bir alan olmuştur. Yaşanan ticari gelişme ve ilerlemeler, tüketici beklentilerinde değişiklikler oluşturmaya başlamış ve etik konusu işletmelerin alanına girmiştir.

Etik beklentiler, işletmelerin yalnızca kanuni hükümlere değil, yasaların ‘’ruhuna’’ duyarlı olmaları (Carroll, 2016: 3) ve yasalar gibi hüküm içermediği halde benimsenmesi istenilen toplumsal kodlamalardır. Normlar ise, kolektif davranışı yöneten, toplu olarak ve gayri resmi olarak uygulanan resmi kurallar (Choi ve Kim, 2010: 60) olarak tanımlanmakta ve işletmelerden beklenen uygulamaları etkileyen bir değişken olarak görülmektedir.

Hayırseverlik sorumlulukları*:* KSS piramidinin en üst basamağında yer alan ve günümüzde de önem arz eden, işletmenin bulunduğu çevreye duyarsız olmaması gerekliliği anlayışıdır. En üst düzeyde yer alan hayırseverlik anlayışına geçebilmek için, piramidin altta kalan aşamalarını gerçekleştirmiş olmak gerekmektedir.

1.2. KSS Kavramının Tarihsel Gelişimi

Sosyal sorumluluk kavramının üzerinde durulan bir konu olarak ortaya çıkışı ve işletmeler için bir odak noktası haline gelmesi sanayi devrimi dönemine dayanmaktadır (Değirmen, 2016: 45). Sanayi devrimi ile birlikte ürün ve hizmet açısından çeşitlilik ve hız kavramları önem kazanmıştır. Bu saptamaya gerekçe olarak ise; sanayi devrimi ile birlikte artan üretime paralel olarak, toplumun işletmelerden beklentisinin artması olduğunu söyleyebiliriz. Sanayileşmiş kent yaşamına geçiş ve bunların getirdiği dengesizlikler ve değişim 1900’lerden itibaren şirketlerin toplumsal rolünün daha fazla sorgulanmasını beraberinde getirirken (Yamak, 2007: 17) ürün ve hizmet açısından belli bir doyuma ulaşan toplumun, çıkar ve beklentilerinde değişimler meydana gelmiştir.

Sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimi incelendiğinde, genel olarak üç dönemdeki gelişmeler dikkat çekmektedir. Bunlar; işletme öncesi dönem, sanayi devrimi öncesi ve sanayi devrimi sonrası dönemlerdir (Korkmaz, 2009: 26)**.**

1.2.1. İşletme Öncesi Dönem

M.S. 1100 yıllarına kadar olan döneme ‘’işletme öncesi dönem’’ denilmektedir. Mezopotamya, eski Yunan, Çin ve Roma dâhil olmak üzere ilk uygarlıkları kapsayan bu dönemde, toplumların davranışlarında etkili olan insanların kişisel yargıları, dini inançları, ahlaki görüşleri ve çeşitli yasalardan (Korkmaz, 2009: 26) etkilenen işletme öncesi dönem; ticari beklenti ve çalışmalardan ziyade, kanaat önderlerinin tutumları, örf, adet, gelenek ve dini inanışlara göre yaşamlarını sürdürdükleri bir dönemdir. Ahlaki değerlerin önde tutulduğu ve toplumsal kültürün baskın olduğu yazısız kanunlar, bu döneme egemen olmuştur.

İşletme öncesi döneme dair ahlaki yaklaşımlar ve hoşgörü anlayışının dini inançlar etkisinde kalarak geliştiğini söylemek mümkündür. Birçok din ve ruhani anlayışın da sosyal sorumluluk düşüncesine etki ve katkıları olmuştur. Örneğin, Osmanlı devletindeki hoşgörü temeli, Müslüman ve Hristiyan kişilere inanç özgürlüğü tanıyarak, farklı inançtan insanlara binlerce yıl sürecek ev sahipliği yapma politikasına imkân sağlamıştır. Musevi dinin peygamberi Hz. Musa ‘’On Emir’’ ile sosyal sorumlulukları ön plana çıkaran bir örgütlenme anlayışının hâkim kılınmasını buyurmuştur. Hristiyan dininde sosyal sorumlulukla ilgili görüş ve düşünceler, kilisenin öncülüğünde dile getirilmiş ve fakirlere ümit, kölelere özgürlük vaat edilirken (Korkmaz, 2009: 27), İslam dinine baktığımızda ise, hayırseverlik ve yardım kavramına önem verildiğini, bu inanç doğrultusunda insanların, toplumun ihtiyaçlarına yönelik girişimlere yöneltildiği ifade edilebilir.

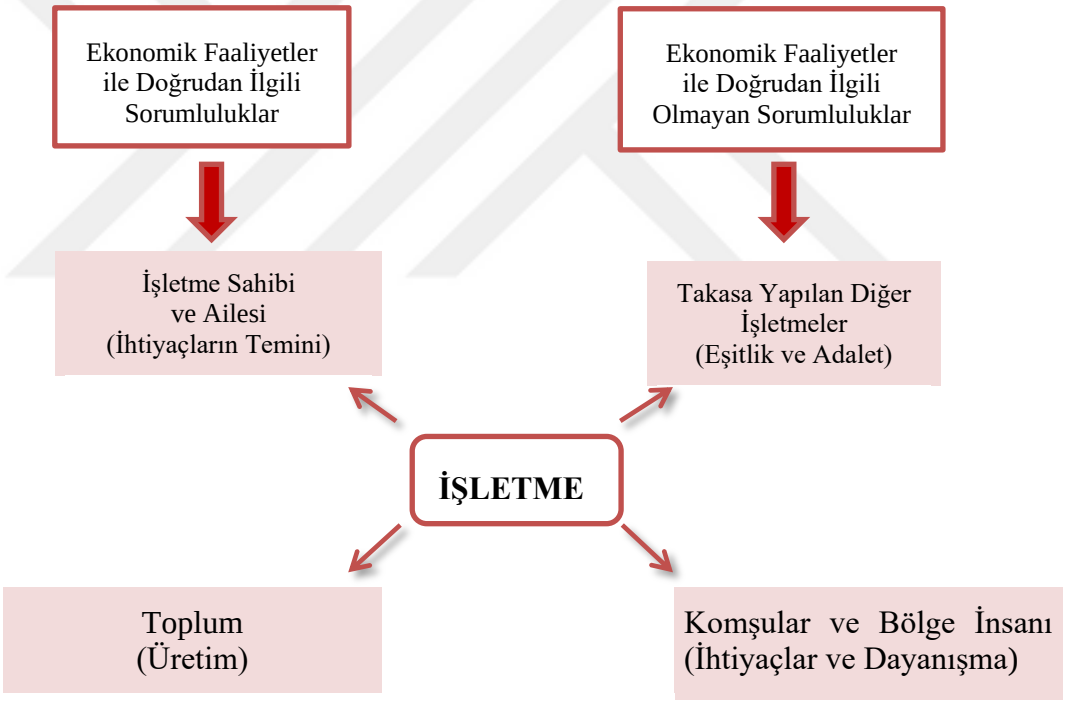
1.2.2. Sanayi Devrimi Öncesi Dönem

Sanayi öncesi dönemde, özellikle ahlaki ve dini kurallar esnaf faaliyetlerinde etkisini göstermiştir. 19. yy öncesini içeren bu dönem, küçük esnafların bulunduğu, resmi Katolik kilisesinin geleneksel ve dinsel dogmalar adı altında topluma uyguladıkları akıl dışı kanun ve kurallarının (Bayraktar, 2013: 217) sosyal hayat kadar ticari hayatta da baskın olduğu bir dönemdir. Dini kurallar, bilhassa batıda Katolik Kilisesinin tartışılmaz gücü, iş hayatını ve iş felsefesini önemli ölçüde etkisi altına almıştır (Korkmaz, 2009: 27). Sanayinin henüz ilerlemeyişi ve etkinliği olmaması sebebiyle bu dönem de farklı otoritelerin sözü egemen olmuştur.

Sanayi öncesi dönemde ticari faaliyetler, kitlesel ve seri üretimde olmadığı için toplumun en temel yaşamsal gereksinimleri ön plandadır. Bu bağlamda işletmeler açısından henüz ürün/hizmet doyumu oluşmadığı için, sosyal sorumluluk

beklentilerinin önemli bir anlam ifade etmediği bir dönemdir. İnsan gücünün geçerli olduğu ev ölçekli işletmelerin, çevresel faktör bakımından meydana getirdikleri etki alanının dar olması, nüfusun az olması ve teknolojik üretim araçlarıyla sanayi ürünlerinin genel olarak yeryüzü üzerindeki etkilerinin henüz çok fazla farkına varılamaması gibi sebeplerle işletmelerin sorumluluklarından geçmiş dönemlere bugün ki kadar yoğun biçimde bahsedilememesi normal karşılanabilir (Torlak ve Tiltay, 2017: 9). Daha küçük ölçekli işletmelerin faaliyet gösterdiği bu dönemde; temel beşeri ihtiyaçların giderilmesi, çevre ile daha etkileşimli bir üretim sistemi, takas usulü ödeme şeklinin yaygın, KSS' nin ise yaygın olmadığını ifade edebiliriz.

Şekil 1.3.'de, sanayi devrimi öncesinde temel mantığı üretim ve ihtiyaç talebini tazmin etmek olan ev ölçekli işletmelerin, o dönemlere ait sorumluluk anlayışlarını göstermek faydalı olacaktır.



Şekil 1.2. Basit İşletme ve Sorumlulukları

Kaynak: (Torlak ve Tiltay: 2017)

Sanayi devrimi öncesi küçük işletmelerin temel mantığı şekil 1.3.'de gösterildiği gibi basit ve temel düzeyde beklentilerden oluşmakta iken; teknolojik gelişmeler, ticari yol yapımları ve kanalların kullanımı, takas usulünden para ile ödeme yapılmasına geçişin başlamasıyla, işletmelerin ticari faaliyet anlayışları

gelişme göstermiş ve değişmiştir. Bu bağlamda daha büyük ölçekli işletmeler ve ürün çeşitliliğinin artmasıyla birlikte sorumluluk kavramı da işletmeler açısından fark edilmeye başlanmıştır.

1.2.3. Sanayi Devrimi Dönemi ve Sonrası

KSS kavramı, yönetim disiplini içinde bir çalışma alanı olarak 1950'lerde ABD'de ortaya çıkmış olup (Çınarlı, 2009: 43) sanayi devrimi ile birlikte, işletmeler açısından, artan arz talep dengesi beraberinde sorumluluk kavramını getirmiştir. Gelişen teknoloji ile birlikte büyük ölçekli üretime geçen işletmelerin birçoğu, üretimlerinin arttıkça toplumdaki ihtiyaç ve beklentilerin de farklılaştığını ve kayıtsız kalamayacaklarını ihtiyari olarak anlamışlardır.

Sanayileşmenin erken aşamalarında ve öncesinde, bireyler arasındaki sınırlamalar ve işletmelerdeki sosyal sorumluluk bulanıktı. Çünkü genellikle işletmeler aynı kişi tarafından kurulur, sahip olunur ve yönetilirdi. Özellikle aile şirketi oluşumları, yönetimsel sınırlamalar ve sorumlulukları daha karmaşık bir hale getirmekteydi.

İşletmelerin yönetimsel ve yapısal sorunları göz ardı ederek sadece üretime önem vermeleri, stratejik hataları beraberinde getirmekteydi. 20.yy başlarında ABD'deki işletmeler, seri üretime odaklanmış, toplumun sosyal yönden beklentilerini göz ardı etmişlerdir. Üretim esnasında işletmelerin yaptığı bazı hatalar da bu durumu tetiklemiştir. Bu hatalardan bazıları; doğaya zarar vermek, çevre kirliliği, çocuk işçi çalıştırmak, insani olmayan çalışma saatleri ve insani çalışma koşullarının olmaması şeklinde sıralanabilir. İnsan hakları ve çevre açısından olumsuz olan bu gelişmeler; toplumdaki farkındalığı arttırmış ve tüketicilerin işletmelerden beklentilerini, sadece ürün arzı olmasının ötesine taşımıştır.

Sosyal sorumluluk kavram, kronolojik açıdan ele alındığında, batılı ülkelerde KSS bilincinin, büyük şirketlerin toplum üzerinde artan etkisi ve özellikle de Enron, Shell, Nike gibi şirketlerde patlak veren skandallar karşısında oluşan toplumsal hareketlerin ve kamuoyunun şirketlere baskıları sonucunda özel sektörün gündemine girmiştir (Demirtaş, 2015: 8). Bu açıdan batı toplumu ile Türkiye arasında farklı bir zihniyet tabanı olduğunu söylemek mümkündür. Açıklamadan anlaşıldığı üzere batı toplumlarında görülen büyük çaplı talihsiz olaylar işletmeleri daha sorumlu olmaya yöneltmiştir.

''Toplumun sosyal sorumluluk arayışı 20.yy başlarında ABD'de kurumların sadece güç ve büyüme isteğinin toplumdan tepkiler almaya başlaması ile birlikte gelişme göstermektedir. Toplum içerisine yaşanan örgütlenmeler, baskı gücü oluşturma isteği Sivil Toplum Örgütleri'nin güçlenmesine neden olmuştur.'' (Değirmen, 2016: 46)

Günümüzde sosyal sorumluluk, hayırseverlik kavramından çıkmış ve daha küresel bir anlam kazanarak işletmeler için bir değer yaratma aracı haline gelmiştir. Sosyo-kültürel değişmeyi etkileyen birçok faktör bulunsa da günümüzde bu faktörlerin en etkilisi olarak kitle iletişim araçları (Kırtepe, 2014: 241) sayesinde farklı toplumların ideoloji ve yaşam şekillerinin birbirine uyumlu olmaktadır. Bu gelişmelerin etkisiyle kültürel çeşitlilik hız kazanmakta ve bu çeşitliliği yönetebilmek işletmeler açısından sorumluluk anlamında olduğu kadar itibari anlamda da önem taşımaktadır. Bahsedilen kültürel şekil birçok farklı başlık altında ele alınabilir. Çünkü işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili alanlar gün geçtikçe genişlemekte ve değişim göstermektedir.



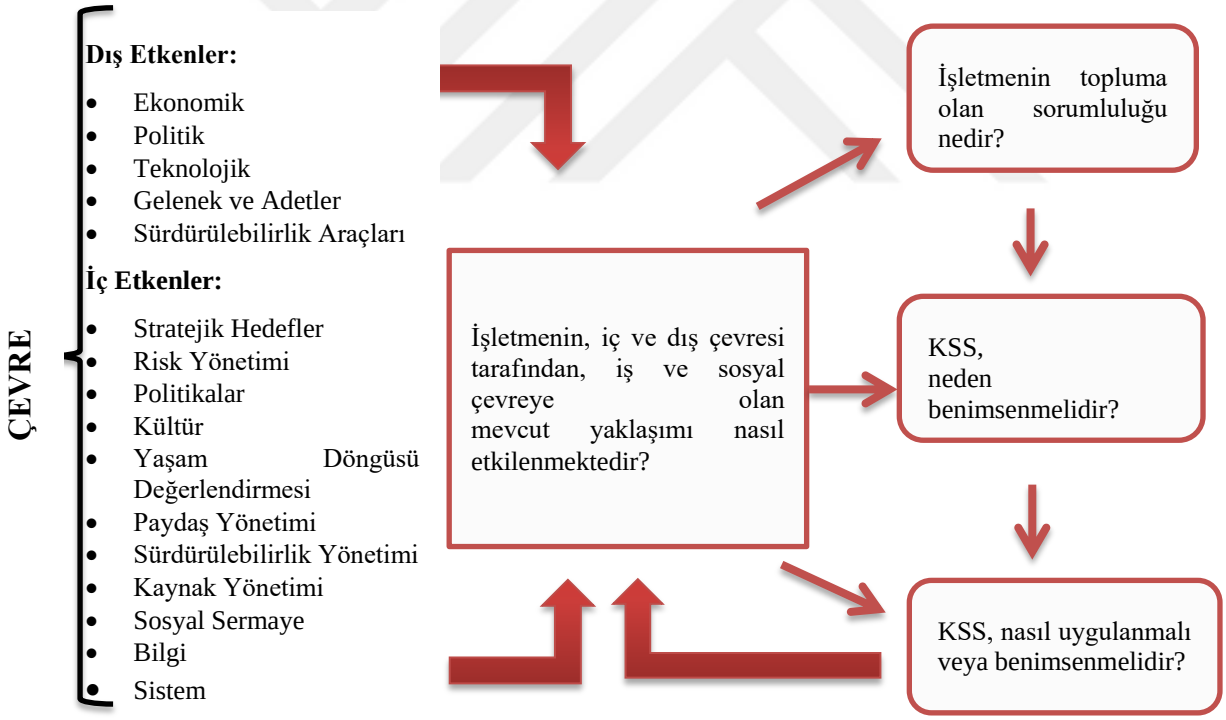
Şekil 1.3. Kültürel Çeşitlik Şeması

Kaynak: (Hawkins, 2006: 52)

Kültürel çeşitlilik şekil 1.4.'den anlaşıldığı üzere, toplum değerlerinin birbirine uyumlu olması, kültürel çeşitlilik sonucunu doğurmaktadır. İşletmeler, KSS projeleri üretirken kültürel çeşitlilik ve bileşenlerini de dikkate almalıdır. KSS

kavramı ilk gündeme geldiği dönemlerde, bazı işletmelerin üretim skandalların da etkisiyle daha çok çevresel çalışmalara eğilim gösterilirken, günümüzde birçok değişken faaliyet alanından bahsetmek mümkündür. Çünkü işletmelerin faaliyetleri ve bu faaliyetlerle ilgili ekonomik, sosyal, kültürel ve politik sonuçların her geçen gün arttığı ve genişlediği bir gerçektir (Torlak, 2001: 39). Burada önemli olan husus, işletmenin hedeflediği KSS alanı için uygun bileşene göre proje gerçekleştirmesidir. KSS çalışmaları için bu bileşenler, zaman içerisinde değişim gösterebilir. İşletmeler yeniliklere ve toplum beklentilerindeki değişimlere hazır olmalıdır.

KSS, dünya çapında kabul görmüş insani bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda işletmelerin sorumlulukları, insan ve insan hayatını etkileyen iç ve dış dinamiklerden oluşmaktadır. İşletmelerin devamlılığının sağlıklı bir şekilde ilerlemesi için bu iç ve dış dinamikleri göz ardı etmemesi, toplum içindeki değerini etkileyecektir. Birçok iç ve dış etkenlere maruz kalan işletme kendisini ilgilendiren alanlarda sessiz kalmamalı, duyarlı bir tavırla faaliyetlerde bulunmalıdır.



Şekil 1.4. KSS Gelişimindeki Etkili Değişkenler
Kaynak: (Benn ve Bolton, 2011: 60)

20. yüzyılın başlarından itibaren gelişim gösteren KSS, çevresel faktörler üzerindeki etkisi dolayısıyla işletmeler açısından hayati önem taşımaktadır. Daima

değişim içerisinde olan bu faktörler işletme ve toplum kadar; karar alma açısından yöneticileri de ilgilendirmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında alınan iş kararları; ticari, çevresel, sosyal ve insanların taleplerine cevap veren, iç ve dış çevreye eşit ölçüde tepkiler içermeli (Benn ve Bolton, 2011: 61), aksi takdirde işletmeler itibar kaybı ve gelirlerinde azalma sonuçlarıyla karşılaşabilirler.

Tablo 1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışı ve Dönemsel Boyutları

ODAK ALANI VE DÖNEM	BOYUTLARIN AÇIKLAMASI
1950 - 1960 Dönemi • Dini ve İnsani İnançlar • Toplumun Gelişimi • Yasalara bağlı olmayan Hayırseverlik anlayışı • Yoksulluğun en aza indirgenmesi • Topluma karşı yükümlülük hissetme	Hayırseverlik
1970-1980 Dönemi • KSS vaatlerinin yaygınlaştırılması • Kurumsal vatandaşlığın gerekliliği olarak KSS uygulamaları • Paydaş İlişkileri Yönetimi • Kurumsal İtibara Yönelim • Sosyal ve Ekonomik Önceliklere Yönelim • Paydaş Hakları • Resmi ve etik sorumluluklar • Yönetimin açığında köprü görevi görmek	Düzenlenmiş KSS
1990- 21.Yüzyıl Dönemi • Rekabetçi stratejiler • Çevreyi koruyucu politikalar • Sürdürülebilirlik • Uluslararası KSS standartlarını benimsemek • Şeffaflık • Hesap verebilirlik	Enstrümantal ve Stratejik KSS

Kaynak : (Hamidu, Haron ve Amran, 2015: 85)

KSS, tarihsel gelişimine halen devam etmektedir. İletişim ve kitlesel paylaşım ağlarının artmasıyla birlikte kültürel çeşitlilik artmakta ve insanların beklentilerini etkilemektedir. Bilhassa sosyal medya kanallarının yaygınlaşması toplum beklentilerine de küresel bir boyut kazandırmıştır. Artık bireyler dünyanın bir ucunda kendi yaşam alanında olmayan sorunlar hakkında bile daha duyarlı hale gelmişlerdir. Sosyal medya ve iletişim kanallarının gelişmesi işletmeler açısından

olumlu olduğu kadar aynı zamanda bir tehdit unsuru haline de gelmiştir. Bu gelişmeler, işletmeleri daha fazla sorumlu olmaya teşvik etmiştir.

1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışları, yaşanılan dönem ya da ülkelerinin koşullarına özgü olarak değişiklik gösteren bir içeriğe sahiptir. Aslında bu döngünün, dünyanın çeşitliliği doğası kabul edilmesi gerekir. Çünkü işletmelerin faaliyetleri ile bu faaliyetlerin sonuçları farklı dönemler ve toplumlar için değişik etkiler ortaya çıkarmaktadır (Torlak ve Tiltay, 2017: 34-35). Bu ayrımlar, KSS yaklaşımlarında da çeşitliliğe sebep olmaktadır. KSS ile alakalı yaklaşımların, klasik yaklaşım ve modern yaklaşım olmak üzere iki farklı biçimde ele alınabilir:

1.1.1. Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı (Friedman Yaklaşımı)

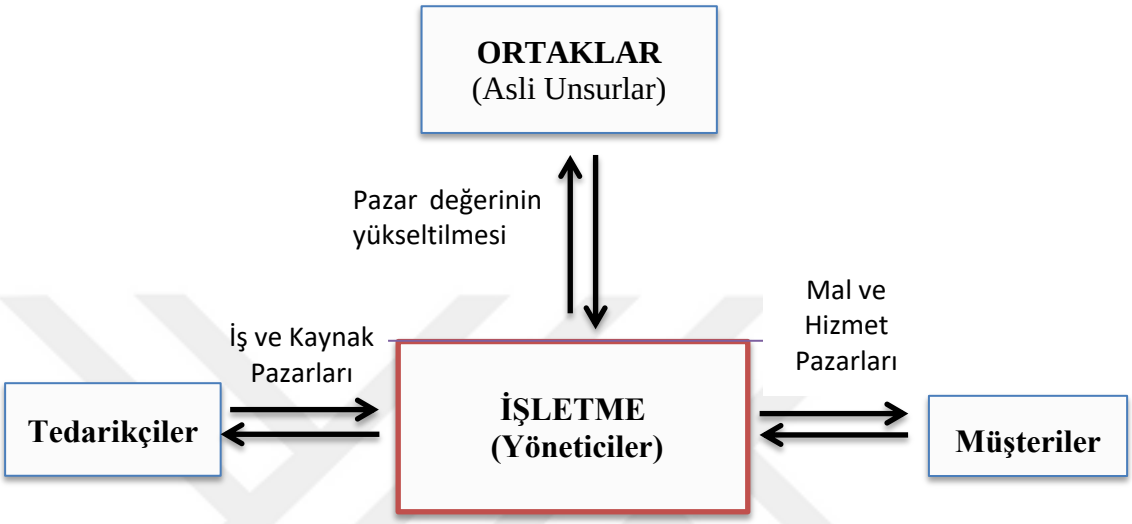
Klasik sosyal sorumluluk kavramı, Amerikalı iktisatçı Milton Friedman öncülüğünde gelişmiştir. Friedman(1970) klasik yaklaşımı açıkladığı ‘*’İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu Karını Arttırmaktır’’* makalesinde şu ifadelere yer vermiştir:

‘*’İşletmelerin yalnız ve tek bir sorumluluğu vardır. Oyun kuralları dâhilinde kaldığı sürece, tüm kaynaklarını karlarını arttıracak faaliyetlere tahsis etmesi, başka bir ifadeyle aldatma ve dolandırıcılık yapmaksızın açık ve serbest bir rekabete girmesidir’’*.

Friedman’ın klasik yaklaşım felsefesine göre, işletmelerin temel sorumluluğunun kaynakları verimli şekilde kullanarak ticari faaliyet göstermeleri olarak ifade etmek mümkündür. Friedman’ın sosyal sorumluluk için; ‘’sosyal sorumluluk, şirketlerin meşrulaştırılamayan bazı gerekçeleri örttüğü bir pelerindir’’ şeklindeki görüşü, kurumlarda, sosyal sorumluluk faaliyetlerini inanılır bulmadığının göstergesi olarak yorumlanabilir. Friedman(1970)’in:

‘*’Sosyal sorumlulukta bireysel müteşebbisin durumu biraz farklıdır. Eğer sosyal sorumluluğu yerine getirmek için kendi girişiminin kazancını azaltıyorsa, müteşebbis başkasının değil kendi parasını harcıyor demektir. Parasını bu tarz amaçlara harcamak istiyorsa bu müteşebbisin hakkıdır ve buna itiraz yapılacak herhangi bir neden göremiyorum*’’ ifadesinden yola çıkarak; sosyal sorumluluk bilinci ve faaliyetlerinin işveren ya da yetkililer tarafından bireysel anlamda gerçekleştirebileceği, ancak şirket bazında bu faaliyetleri gerçekleştirmenin şirketin sorumluluk alanında olmadığı görüşüne ulaşmak mümkündür.

Klasik görüş yaklaşımı, işletmelerin sorumlu olarak hissedarlarına ve sahiplerine çok para kazandırmanın ötesinde herhangi bir sosyal sorumluluklarının olmadığını (Başbuğ ve Örs, 2018: 21), bir işletmenin kıt kaynakları kullanarak bir verim yaratması ve bu verimin sonucu olarak gelişen ekonomik kalkınmanın, bir işletme için en temel sosyal sorumluluk olduğu görüşüne ulaşılmaktadır.



Şekil 1.5. Friedman'ın Görüşüne Göre İşletme ve Sosyal Sorumlulukları

(Kaynak: Baron, 1993: 507)

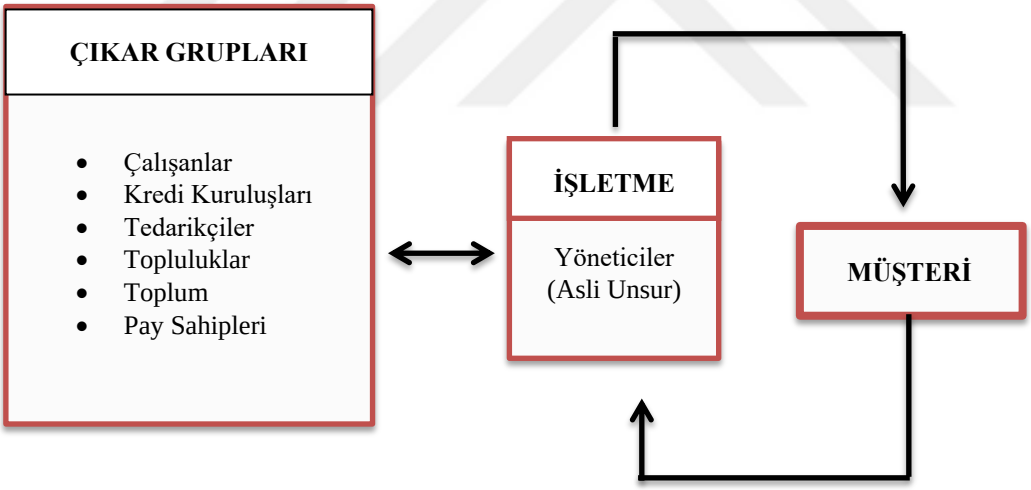
Friedman'ın klasik sosyal sorumluluk anlayışını içeren şekil 1.6.'dan anlaşılacağı üzere; işletme yönetimi, ortakların beklentileri doğrultusunda yetkili ve tedarikçiler, müşteriler ve ortaklar arasındaki faaliyetleri yürüten bir birimdir. Bu bağlamda klasik anlayışa göre yöneticilerden beklenen, işletmeyi oluşturan bu dar çevreyi kar elde edecek şekilde koordine ederek ticari faaliyetlerde bulunulmasıdır.

Klasik sorumluluk anlayışının, yaklaşık olarak 1970'li yıllarda yankı uyandıran bir görüş olduğunu düşünürsek, o dönemin koşullarında makul olabilir. Ancak günümüz işletmeleri için uygulanabilir ve başarılı sonuçlar elde edilebilir bir yaklaşım olduğunu söylemek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. 1970'li yıllarda toplumun işletmelerden beklentisinin daha üretim ağırlıklı iken; günümüzde sosyal farkındalığı daha yüksek işletme beklentilerine geçiş olması, klasik sosyal sorumluluk anlayışını etkin bir yaklaşım olmaktan çıkarmıştır.

1.3.2. Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Modern yaklaşım, küresel değişimlerden etkilenen toplumu ön planda tutmayı amaçlayan, çağın gerekliliği haline gelen bir yaklaşımdır. Bir başka ifadeyle, toplumsal beklentilerin klasik yaklaşımdan çıkarak daha sorumlu işletmeler beklentisine girmesi, işletmeler açısından modern sosyal sorumluluk yaklaşımını gerekli kılmıştır. Friedman'ın klasik anlayışında dışlamış olduğu tüketici beklentileri, modern yaklaşımının ana unsurudur.

Toplum beklentilerinin küresel bir boyut kazanması sonucu ortaya çıkan modern sosyal sorumluluk yaklaşımında, tüketiciler ve beklentileri işletme için birinci derecede öneme sahiptirler. İşletmeler tüketicileri işletme gelirinin sağlayıcıları olarak görürler (Başbuğ ve Örs, 2018: 23). Tüketici haklarının ve bilincinin gelişmesi ile birlikte artan sosyal sorumluluk uygulamaları; şirketlerin değerini uzun vadede en yükseğe çıkarma amacına yönelik bir araç olması(Ertuna ve Tükel, 2009: 149) dolayısıyla, işletmeler açısından da göz ardı edilemeyecek bir çalışma alanı haline gelmiştir.



Şekil 1.6. İş Döngüsü Yaklaşımına Göre İşletme ve Sorumlulukları

(Kaynak: Baron, 1993: 509)

İş döngüsü yaklaşımından anlaşılacağı üzere, işletmeler; çalışanlar, kredi kuruluşları, tedarikçiler, topluluklar, toplum, pay sahipleri ve müşterilerin bulunduğu çoklu bir denge yürütmektedirler. Klasik yaklaşımın toplum beklentilerine cevap vermekte yetersiz olduğu ve modern anlayışın öneminin arttığı günümüz koşullarında, iş döngüsü yaklaşımında verilen dinamiklerle faaliyet gösterilmesi;

hem işletmeler açısından hem de toplumun nezdinde olumlu sonuçlar doğurması beklentisini ortaya çıkarmaktadır.

1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

Sanayi devrimi öncesinde işletmelerin gündeminde yaygın olarak KSS çalışmaları bulunmazken; endüstrileşme sonrası, işletmelerin paydaşlarının artmasıyla KSS uygulama alanları da artmıştır. KSS, herhangi bir organizasyonun hem iç hem dış çevresindeki tüm paydaşlara karşı dürüst ve sorumlu davranması, bu yönde kararlar alması ve uygulamasıdır (Aktan ve Börü, 2006: 54-55) anlayışından yola çıkarak, işletmelerin gerek kendi iç çevresi gerek dış dünyalarında bağımlı veya sorumlu olduğu birçok paydaş bulunmaktadır kanısına varılmaktadır. İşletmelerin iç ve dış çevresinde sorumlu olduğu paydaşları:

- Müşteriler,
- Çalışanlar,
- Toplum,
- Çevre,
- Rakipler,
- Yatırımcılar
- Tedarikçiler
- Dağıtım kanalı ve
- Devlet olarak sıralanabilir.

İşletme ve çevresi, hayatın olağan akışı gibi dinamik bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda bu dinamik yapı işletmeler ve paydaşlarını etkilemektedir. Evrensel gelişmeler, işletmeleri salt üretim anlayışından çıkararak, çevrelerine karşı sorumlu bir yapıya dönüştürmüş ve paydaşlarına karşı olan sorumluluklarının önemini arttırmıştır. İşletmeler yaşanılan gelişimler ışığında, KSS politikalarını uygularken iç ve dış çevresindeki dinamikleri dengelemek durumundadır. Bir başka ifadeyle, kurumsal açıdan paydaş sosyal sorumluluklarını yönetmek hassasiyet gerektiren bir durumdur. Bazı paydaşlar, diğer paydaşlarına nispeten daha az/fazla önem arz edebilir. Bu durumda, hedeflenen sosyal sorumluluk çalışmaları önem derecesine göre şekillenmektedir. Ancak paydaşların önem derecelerine bakılmaksızın, işletmelerin yerine getirmekle yükümlü oldukları belirli sorumlulukları vardır:

1.2.1. Müşterilere Karşı Sorumluluklar:

Müşterilere karşı sorumluluk, işletmelerin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir. İşletmelerin, müşteri istek ve beklentilerinin dikkate alması, müşterilerin değerlerine uygun düşecek şekilde üretim yapması, bir yandan maliyet düşürülmeye çalışılırken diğer yandan ürün kalitesini koruması, işletmelerin müşterilere olan sorumluluklarını yerine getirmesi bağlamında kaçınılmaz bir durumdur.

1962 yılında Amerikan Başkanı John. F. Kennedy müşteri haklarına ilişkin dört başlık üzerinde durmuştur (Boone ve Kurtz, 1990: 39). Kenneddy'nin kongredeki konuşmasına göre;

- Müşteriye güvenlik hakkı sunulmalıdır,
- Müşterilerin bilgi alma hakları bulunmaktadır.
- Müşterilerin seçim hakkı vardır.
- Müşterilerin dikkate alınma hakkı vardır.

1.2.2. Çalışanlara Karşı Sorumluluklar:

İşletmelerin en temel paydaşı çalışanlardır. Çalışanlar olmadan faaliyetlerin devam etmesi işletmeler açısından söz konusu değildir. Bu nedenle işletmelerin çalışanları için dikkat etmesi gereken bir takım hususlar bulunmaktadır. İşletmenin temel hedefi öncelikle çalışanlarını mutlu ederek onların daha etkin ve verimli çalışmalarını sağlamaktır. Bunun için; (Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009: 8)

- Olumlu bir çalışma ortamı yaratmak,
- Çalışanların gelişiminde katkıda bulunmak,
- Adil bir ücretlendirme ve terfi sistemine sahip olmak ve bunu uygulamak,
- Çalışanları işletme faaliyetleri ve diğer çalışanlar hakkında bilgilendirmek,
- Çalışanlara yetki ve sorumluluk vermek,
- Çalışanların fikirlerini özgürce belirtmelerine olanak tanımak,
- Sendika kurma ve grev yapma hakkı tanımak gerekmektedir.

1.2.3. Topluma Karşı Sorumluluklar:

Kurumlar açısından toplum önemli bir paydaş durumundadır. İşletmeler üretim faaliyetlerini gerçekleştirirken; bulundukları toplumun koşullarına karşı saygı göstererek sorumluluk bilinci içerisinde hareket etmelidirler.

'' Kar tek başarı ölçütümüz olursa insan ve doğa istismarına göz yumarız. Amaç üretim ve tüketimi azami seviyeye çıkarmak olduğu, gelişme ve zenginlik bir ülkenin sermaye yoğun endüstrisi, ihracatı ve GSYİH'si ile ölçüldüğü sürece hem dengesizliğe hem de eşitsizliğe kucak açarız. Ancak amacımız herkesin temel besin, giyinme ve barınma ihtiyaçlarının tamamen karşılandığı, her insanın potansiyelini gerçekleştirdiği bir toplum inşa etmek olursa kökünden farklı bir yaklaşıma ihtiyacımız var''. Branson (2013: 256-257)

Kurumsal sosyal sorumluluğun toplum nezdinde gelişmesi için, iş ve toplum arasındaki gelişmeler arasında kökten incelemelerde bulunarak iyileştirmelerde bulunulmalıdır (Porter ve Gramer, 2006: 5). Toplumun değer ve beklentilerine duyarlı bir misyon edinen işletmelerin, daha başarılı ve uzun ömürlü olması beklenen bir durumdur.

1.2.4. Çevreye Karşı Sorumluluklar:

Çevre sorumluluğu, işletmelerin toplumdaki değerini belirleyen en hassas konuların başında gelmektedir. Nitekim sosyal sorumluluk çalışmaları, sanayi devrimi ile birlikte artan üretim sonrası toplumun çevredeki olumsuzluklara karşı verdiği tepkilerle hız kazanmıştır. Bir başka ifadeyle çevre hassasiyeti, sosyal sorumluluk anlayışının gelişmesinde başlangıç noktasıdır.

Kurumsal sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk modelinde işletmelerin çevreye karşı olan sorumlulukları aşağıdaki gibidir (Camilleri, 2017):

- Enerji Tasarrufu
- Su Tüketimi
- Çevre kirliliğinin önlenmesi
- Sürdürülebilir ulaşım
- Karbon ayak izinde azalmanın sağlanması.

İşletmelerde tıpkı insanlar gibi çevre ile iç içe olmak durumundadır. Bu nedenle işletmeler üretim faaliyetlerine devam ederken, çevresel faktörleri göz önünde bulundurmalıdırlar. Aksi takdirde, çevreye zarar veren bir işletme toplum

tarafından dışlanarak, ekonomik düşüş ve itibari kayba uğrayacaktır. Bu bağlamda işletmeler ekonomik değer yaratırken, çevresel sorumluluklarını da yönetmelidirler.

1.2.5. Rakiplere Karşı Sorumluluklar:

İşletmelerin aynı pazarda ürün veya hizmet sunduğu rakiplerine karşı; ürün taklidi yapmamak, rakibini karalayacak veya onu zor duruma düşürecek haksız sözlü ve fiili davranışlardan kaçınmak vb. yükümlülükleri vardır.

1.2.6. Yatırımcılara Karşı Sorumluluklar:

İşletmeler kendileri için finans kaynağı olan yatırımcılara karşı özenli davranarak sorumluluklarını yerine getirmelidirler. Yatırımcılar işletmeye dair sonuçların kendisini de etkileyeceğini bildiği için sorumluklarının farkında olan ve uygulamada da buna dikkat eden işletmelere sermaye koymayı tercih ederler. Bu bağlamda işletmelerin, yatırımcılarına karşı özverili ve sorumlu olması gerekmektedir. İşletmelerin yatırımcılarına karşı sorumlu olduğu ve dikkat etmesi gereken hususları özetlemek gerekirse;

- İşletmeler, yatırımcılarıyla verimli bir iletişim tabanı geliştirmelidir.
- Yatırımcılar, işletmedeki gelişmeler hakkında doğru ve zamanında bilgilendirilmelidir.
- İşletmeler, yatırımcının hak ve sermayesine ilişkin koruyucu bir tavır içerisinde olmalıdır.
- Yatırımcı ile anlaşılan yasal şartlar yerine getirilirken hassasiyet gösterilmelidir.

1.2.7. Tedarikçilere Karşı Sorumluluklar:

İşletmelerin mal ve hizmet sağlaması için hammaddeyi işletmeye ulaştıran tedarikçilere karşı;

- Tedarikçiyi rekabet karşısında zor durumda bırakmamak,
- Baskı uygulamamak,
- Toplum ve çevreye karşı bilinçlendirmek,
- Ödemelerini zamanında ve tam bir şekilde gerçekleştirmek gibi ekonomik ve ahlaki sorumlulukları vardır.

1.2.8. Dağıtım Kanalı Elemanlarına Karşı Sorumluluklar:

İşletmeler faaliyetlerini tek başlarına sürdüremezler. Üretim öncesinde birtakım ürün ve hizmetleri satın alacakları tedarikçiler ile ürettikleri ürünleri müşterilere ulaştıracak toptancı, perakendeci ve diğer aracı kuruluşlarla finans, medya gibi hizmet aldıkları işletmelere de gereksinim duyarlar. Bu nedenle de karşılıklı olarak birbirlerine karşı sorumlulukları vardır (Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009: 14).

İşletmeler, ürün sağlamada dağıtım elemanlarına yetki verirken; bilgi, eğitim tam ve zamanında alınan hizmetin bedelini tahsis etmesi (Shengtian, Weihui ve Xiaosong, 2010: 49) gerekmekte ve tıpkı tedarikçilerde olduğu gibi dağıtım kanalı elemanlarını da destekleyerek, haksız rekabete karşı korumalıdırlar.

1.2.9. Devlete Karşı Sorumluluklar:

KSS, devlet açısından toplumsal etkinliklerini kolaylaştırıcı bir unsurdur. Bir başka ifadeyle, KSS uygulamaları devletin yükümlü olduğu birçok alanda yükünü azaltmakta ve fayda sağlamaktadır. Bu durum toplumun bazı kesimlerinde hoş karşılanırken; bazılarında ise, sosyal devlet anlayışı ile örtüşmediğini düşünülerek ters etki yaratmaktadır.

KSS artık yalnızca küresel bir yönetim kavramı olarak değil, aynı zamanda hükümet ile işletme yönetimleri arasında bir sistem olarak ortaya çıkmaktadır. KSS süreci içerisinde devlet, yasa koyucular aracılığıyla dezavantajlı kesimlerle ilgili yardım ve destek süreçlerini düzenlerken, kendi erkleri ile de bu süreçlerin önünü açan bürokratik düzenlemeler ile bu çalışmalara kolaylık sağlamaktadır.

Kurumsal çevrede iletişim kurulurken sadece yatırımcılar değil, işletmenin çevresindeki gruplar ve siyasi aktörlerde paydaş olarak görülmek istenilen hedef kitledir (Fredrikson ve Olsson, 2014: 112). Dolayısıyla KSS çalışmaları yapılırken otoritelerin desteğini almak; verimlilik ve sağlıklı bir uygulama süreci bakımından önemlidir. İşletmelerin bulunduğu topluma ilişkin sorunları, kendi misyonuna alarak çözüm arayışında olması otoriteler açısından da olumlu bir gelişmedir. Çünkü KSS çalışmaları toplumun refahını arttırmaktadır. Böylelikle devletin yükümlülüklerini hafifletmekte ve toplum nezdinde pozitif bir etki yaratmaktadır.

Devlet ve KSS çalışmalarını yürüten örgütler arasında paydaşlık ilişkisi kurulması, beraberinde bir takım sorumlulukları getirmektedir. İşletmelerin sosyal sorumluluk çalışmaları sırasında devlete karşı olan sorumlulukları:

- Devletin koymuş olduğu mevzuatlara uygun faaliyetler yürütmek,
- Vergi ve gereken yasal mali yükümlülükleri zamanında ve eksiksiz yerine getirmek,
- İç ve dış pazarda, ülkenin ve devletin itibarını sarsacak eylemlerden uzak durmak,
- Kamuya zarar verebilecek sosyal ve çevresel faaliyetlerden kaçınmak,
- Aldatıcı eylemlerden kaçınmak ve haksız rekabet ortamına girmemek

şeklinde sıralanabilir.

1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Avantajları ve Dezavantajları

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmeler açısından artık tercihen uygulama alanı olmaktan çıkmış ve gereklilik haline dönüşmüştür. Bilhassa toplum nezdinde olumlu bir algı yaratmak ve işletmenin de marka açısından güç kazanması için ekonomik bir ölçüt haline gelmiştir.

İşletmelerin sosyal sorumluluk çalışmalarına ilişkin teoride farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Daha öncede ifade edildiği üzere; Friedman'in bir işletme bünyesinde sosyal sorumluluk faaliyetlerinin olmasına lüzum bulunmadığı ve bir işletmenin asıl sosyal sorumluluğunun ekonomik değer yaratmak olduğunu belirten ifadeleri bulunmaktadır. Bu ifadelere karşın; (McGuire, 1988) işletmelerin topluma karşı olan sorumluluklarının yasal ve ekonomik yükümlülüklerin çok ötesinde olduğu anti bir görüşle savunma yapmaktadır.

Stratejik bir KSS geliştirebilmek için işletmeler tüm dinamikleri göz önüne alarak bir model belirlemelidir.

1.3.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin İşletmelere Sağlayacağı Avantajlar

Sosyal sorumluluğun, iyi bir sosyal performansın ''parlayan bir kişisel çıkar'' olarak bir kar aracı (Post, Frederick, Lawrence ve Weber, 1996: 53) olarak fayda sağladığı ve işletmelere sosyal ve finansal performans ölçümlerinde faydalı olduğu görülmektedir. KSS çalışmaları günümüzde de anlaşılmaktadır ki, salt işletmeler

açısından fayda yaratan değerler değil aynı zamanda işletme ve paydaşları içinde değer yaratmaktadır.

Tablo 1.2. KSS'nin İşletmeye ve Paydaşlarına Sağlayacağı Faydalar

<table>
<tr><th colspan="2">İŞLETMEYE SAĞLAYACAĞI FAYDALAR</th></tr>
<tr><td colspan="2">

Hisse senetlerinde değer artışı
Etkin risk yönetimi
Hassas yatırımcılara ve finansman kaynaklarına ulaşım
Karlılıkta artış
Marka değerini oluşturma
İtibar sağlama
Kurumsal imajın artması
Toplumsal saygınlık
Nitelikli çalışanı cezbetme ve elde tutma
Müşteri sadakati
Yeni pazarlara girme kolaylığı
Rekabet avantajı
Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık
Faaliyetlerde etkinlik
Verimlilik ve kalite artışı
İşbirliklerinin gelişimi

</td></tr>
<tr><th colspan="2">İŞLETME PAYDAŞLARINA SAĞLAYACAĞI FAYDALAR</th></tr>
<tr><td>Kurum İçi Paydaşlar</td><td>Kurum Dışı Paydaşlar</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Yöneticilere Faydaları:

Onur ve gurur duyma
Motivasyon sağlayacak insan kaynakları politikaları
Etik konularda daha fazla farkındalık
Etik eğilimlerle çalışanlara karşı daha fazla güven duyumu
Trendlere uygun hareket etme
Çalışanların işletme amaçlarını benimseme ve içselleştirme
Yaratıcı düşünce ve uygulamaların ortaya çıkması

</td><td>Müşterilere Faydaları:

Dürüst fiyat ve kaliteli ürün
Satın alma sürecinde bilgi temini
Taleplerinin tanımlanması ve yerine getirilmesi
Müşteri şikâyetlerinin dikkate alınması ve çözümlenmesi
Örgütlü hareket edebilme

</td></tr>
<tr><td>Rakiplere Faydaları:

Bilgilendirme ve kıyaslama örneği
Adil rekabet, dürüst reklam

</td></tr>
<tr><td>Hissedarlara Faydaları:

Bütün firma faaliyetlerine yatırımların artması
Sosyal sorumluluk yatırım projelerine kolay fon temini

</td><td>Tedarikçilere Faydaları:

Fiyatlandırma ve ödeme koşullarında dürüstlük
Faaliyetlerine destek olacak tedarikçilere finansal destek

</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>

- İşletme değerindeki artış
- Sermaye temininde kolaylık
- İşletme ile ilgili bilgilerin açıkça paylaşılması
- Sosyal performans ölçütü oluşturma

</td>
<td>

Topluma Faydaları:

- İnsan haklarının geliştirilmesi
- Eğitim, sağlık ve kültür alanlarına yatırım
- Kadın, çocuk işgücünün sömürülmesine engel olma

</td>
</tr>
<tr>
<td rowspan="2">

Çalışanlara Faydaları:

- Güvenli çalışma ortamı
- Etkin insan kaynakları politikaları
- Daha iyi çalışma koşulları
- İşgücü ilişkilerinde daha az anlaşmazlık
- İstihdam maliyetlerinde azalma
- Şirket içi iletişim ve verimliliğin artması
- Fırsat eşitliği ve erişim hakları
- İşçi standartlarında iyileşme

</td>
<td>

Hükümete Faydaları:

- Yasalara bağlılık, yolsuzlukla mücadele
- Kamusal alanlara yatırım, ekonomik ve sosyal sorunlara destek verme
- İstihdam oluşturma

</td>
</tr>
<tr>
<td>

Çevreye Faydaları:

- Çevre kirliliğinin azaltılması
- Kültürel mirasın korunması
- Bitki örtüsünün, hayvan soyunun korunması
- Daha temiz üretim süreçleri, enerji tasarrufu, geri dönüşüm
- Eko-verimlilik
- Çevresel teknoloji kullanımı

</td>
</tr>
</table>

Kaynak: (Aktan ve Börü, 2007: 20-21)

1.3.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin İşletmelere Sağlayacağı Dezavantajlar

Sosyal sorumluluk faaliyetleri, tıpkı üretim faaliyetleri gibi titizlikle planlanarak yönetilmesi gereken bir süreçtir. Aksi takdirde KSS, işletmeler açısından faydalar sağlarken, göreceli olarak bazen de dezavantajlı durumlar yaratabilmektedir.

KSS girişimleri, sosyal medya ve iletişim kanallarının etkisiyle, işletmeye ve sunduğu ürüne uygun olduğunda piyasa değeri güçlendirerek (Alhoqail, Cho ve Floyed, 2019: 9) geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Bu nedenle işletmeler, sosyal sorumluluk çalışmalarına daha temkinli yaklaşmalıdır. Sosyal sorumluluk çalışmaları; bulundukları topluma ilişkin yasalar, kültürel yapı, ahlaki değerler, inanç vb. özen gerektiren konuları göz önünde bulundurarak planlamalı ve uygulanmalıdır. Aksi takdirde işletmeler açısından beklenmedik ve istenilmeyen tepkilerle karşılaşılabilir. Bir başka ifadeyle, şirketlerin marka imajı ve itibarlarına olumlu katkılar sağlanmak istenirken, tam aksi yönde itibar kaybı gibi olumsuz sonuçlarla karşılaşma riskleri bulunmaktadır.

İşletmelerin KSS çalışmaları sırasında karşılaşabilecekleri bazı dezavantajlı durumları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Geethamani, 2017: 374):

- Aşırı bürokrasi uygulamaları ve artan maliyetleri yerine getirmek gerekmektedir.
- Karlılık ve sürdürülebilirliğin devam etmesi için, işletme maliyetleri ihtiyaç duyulanın üzerinde artabilmektedir.
- Eleştirmenler, şirketlerin sadece kar elde edebilmeleri için KSS projeleri olduğu görünüşünü iddia edebilmektedir.
- Şirket, sektör ve ülke için raporlama kriterleri bulunmaktadır. Bu kriterler ise sürekli olarak bir değişim içerisindedir.

İşletmeler açısından dezavantajlı durumların yaşanmaması için, KSS faaliyetleri hassasiyetle planlanmalı ve uygulandığı toplumun beşeri dinamikleri göz ardı edilmemelidir.

1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Türkiye'deki Gelişimi

Türkiye'deki KSS uygulamalarının temel felsefesi, Osmanlı'ya kadar dayanmakta ve özünde hayırseverlik olgusunu barındırmaktadır. Osmanlı devletinden miras kalan Lonca ve Ahilik Teşkilat sistemi, vakıf ve dernekler, Türk kültürüne hâkim olan hayırseverlik anlayışı günümüz sosyal sorumluluk anlayışının temelini oluşturmaktadır. Özellikle ahilik teşkilatı, Osmanlı döneminin ekonomik dayanağını oluşturan bir birimdir. Ahilik, çalışma ve iş hayatı ile birlikte sosyal hayatı da düzenleyen sosyoekonomik bir model (Ertuna ve Tükel, 2009: 152) olması dolayısıyla toplumun birçok sosyal ihtiyacına cevap veren bir yapıya sahiptir. Vakıf müessesesi gibi İslam medeniyetinin Türk kültürüne yansıyan somut göstergelerinden biri olan ahilik teşkilatı, yüzyıllar boyunca Türklerde sosyal sorumluluğun temelini oluşturan bir halkla ilişkiler mekanizması (Ustakara, 2019: 1178) olmakla birlikte; dönemin meslek erbapları ile yönetim arasında adeta bir köprü görevini üstlenmiştir. Ancak bu yapı, bilhassa sanayi devrimi sonrası, modern sistemlere geçişinde etkisiyle yok olmuştur.

Türkiye' de modern KSS diğer toplumlara göre daha yavaş gelişme göstermiş olsa da tarihsel anlamda birtakım uygulamalarla sosyal sorumluluğun farkındalığı hep var olmuştur (Altın, 2018: 1). Birçok batı toplumunda KSS, zaruri durumlar neticesinde strateji tabanlı gelişmiş iken; Türkiye' de KSS' nin özünde oldukça eski

bir kökene sahip olduğu ve dönemin dinamiklerine göre şekillenerek kurumsal bir yapı kazandığı ifade edilebilir.

Osmanlı devletinin çöküşü, akabindeki sosyal, ideolojik ve teknolojik gelişmeler; sanayi devriminin başlangıcı, karma bir ekonomik arenaya ortam hazırlamıştır. 1920-1930'lu yıllardaki endüstriyel gelişmeler, devletin ticaretteki rolünü de etkilemiştir. Bu dönemde devletin, emekleme dönemindeki sektörleri ayaklandıracak ve ekonomiye hayat verecek tek aktör olarak ortaya çıkmak durumunda kaldığı; döneme damgasını vurmuş olup (Alakavuklar, Öztürk ve Gökoğlu, 2009: 117), ekonomik politikalara ön ayak olduğu görülmektedir (Özçelik, Tuncer, 2007: 259). Devletin teşvik destekleri sayesinde büyük ölçekli işletmeler kurulmuş olup, ekonomide söz sahibi olmuşlardır. Hayırseverlik anlayışının özellikle holding sahipleriyle beraber tekrar ortaya çıktığı bir dönem olarak da değerlendirilebilir (Alakavuklar, Öztürk ve Gökoğlu, 2009: 119) olan bu dönemde, işletmelerden günümüze kadar gelen ve sosyal sorumluluk çalışmalarında bulunanlar mevcuttur.

1960'lı yıllar Türkiye'de aile ve büyük işletmelerin faaliyete geçtiği bir dönem olmakla birlikte vakıf ve sosyal sorumluluk çalışmalarının da temelinin oluştuğu bir dönemdir. Örneğin Türk öncü firmalarından olan ETİ, 1961 yılında sanayileşmenin gelişim hızını yakalayan; üretimi ''bir uygarlık savaşı'' olarak tanımlayan Firuz Kanatlı tarafından kurulmuş olup, hayırsever ve kurumsallaşmış bir işletmedir. Birçok sosyal sorumluluğa imza atan ETİ, ''ETİ Arkeoloji Müzesini'' yeniden açılmasına verilen desteğiyle; Türkiye'nin ilk özel sektör yardımıyla açılan müzesini topluma kazandırmıştır. Bunun gibi geçmişten günümüze gelmiş birçok örnek işletme uygulamada mevcuttur.

1980'den sonra anayasal anlamda sosyal sorumluluk üstlenmesi gereken devlet, liberal hareketlerin etkisiyle bu alandan çekileceğinin sinyallerini vermiştir (Alakavuklar, Öztürk ve Gökoğlu, 2009: 120). Liberalizmin klasik öğretisine göre devlet, bütün sosyal niteliklerden arındırılarak; yetimlere, sakatlara, işsizlere yardım etmemeli; liberal bir ülkede hayırsever vatandaşlar ya kendileri bu sorumlulukları üstlenir ya da bu işler için özel kurumlar oluşturur (Yılmaz, 2016: 295) görüşü döneme yansımıştır.

KSS ve uygulamadaki anlayış farklılıkları sürekli olarak değişim göstermiş olsa da; Türkiye' de özellikle serbest piyasa ekonomisine geçilen 1980'li yıllardan itibaren kurumsal platformlarda önem kazanmaya başlamıştır. Endüstrileşmenin hız kazandığı, teknolojik ürünlerin piyasaya çıktığı bu dönemde işletmeler toplumun beklentilerini daha yakından hissetmeye başlamıştır. Bu dönemlerde Türkiye' de yaşanan siyasi ve sosyal olaylar, KSS'yi gölgede bırakmış olsa da özel işletmeler, ticari hayata ve büyümeye yönelerek süreci hızlı bir şekilde toparlamıştır. KSS'nin Türkiye'deki gelişimini kısa ve öz açıklamalarla tablo 1.3.'den faydalanarak ifade edebiliriz.

Tablo 1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluğun Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi

1920 - Sanayi Öncesi Dönem	Sanayi devrimi öncesi işletmeler açısından KSS'nin önemi henüz anlaşılmamış bir dönemdir. İşletmelerin en temel ve tek amacı kar edebilmektir.
1920-1950 Arası Dönem	İş dünyası tarafından sorumluluklarının irdelendiği bir dönemdir. Bu dönemde, yönetici, hissedar, çalışanlar, tedarikçiler, müşterilerin beklenti ve çıkarları dikkate alınmıştır. Doğa, çevre, sanat gibi toplumsal konular bu yıllar arasında göz ardı edilmiştir.
1950-1980 Arası Dönem	İşletmelerin kar elde etme anlayışından çıkarak toplumun refahına yönelik faaliyetlere önem verdikleri bir dönemdir. Bu dönemde, çevre, tüketici beklentileri, savaş karşıtı görüşler, kadınları destekleyici aktivizm işletmeleri KSS konusunda harekete geçirmiştir. İşletmelerin salt hissedar ve müşterilerini dikkate alan anlayışla değil; toplum, doğa, kültür ve sanat alanlarında da faaliyet gösterdiği bir dönemdir.
1980-2000 Arası Dönem	1980'li dönemlerde ülkedeki sosyal ve siyasi buhran dolasıyla işletmeler sosyal sorumluluğa ara vermiştir. 1990 ve 2000 yılları arasında toparlanmaya çalışan toplum iş hayatında da KSS girişimlerine hızla yoğunlaşmıştır
2000- Devam Eden Dönem	2000'li yıllarda işletmelerin toplumsal sorunlara karşı önemi artmış olup günümüze kadar bu anlayış devam etmiştir. İşletmelerin artık otoriteler tarafından baskı vb. görmeksizin kendi bünyelerinde KSS'ye katılmaları beklenmektedir

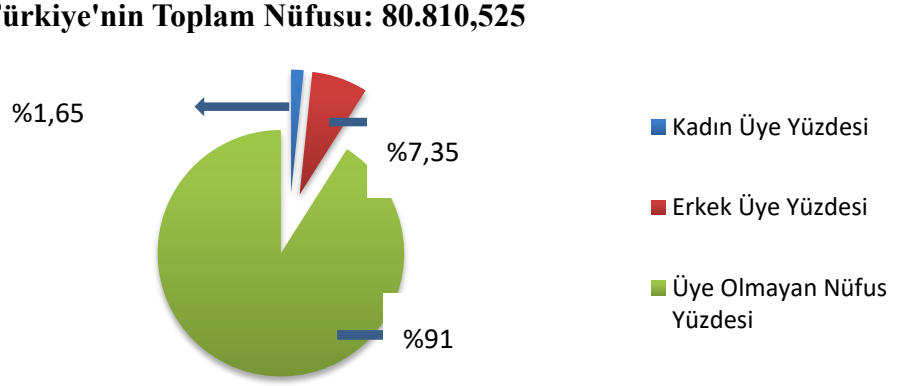
Kaynak: Sert (2012: 35-36)

KSS geçmişten bu yana gelişme gösterirken, uygulama zihniyetinde de farklılıklar oluşmaya başlamıştır. Türk toplumunun önemli değerlerini oluşturan, sosyal sorumluluğun temeli olan etik ve hayırseverlik kavramı karşılıksız bir beklentiyi ifade etmekte iken; günümüzde işletmeler açısından bazı ticari beklentilerin karşılığı haline gelmiştir. İşletmeler açısından karşılıksız olarak yapıldığı öne sürülen sosyal sorumluluk faaliyetleri, kurumsal bir stratejik kimliğine bürünerek karşımıza çıkmaktadır. Çağımızın gereklilikleri bakımından kaçınılmaz

olan sosyal sorumluluk, işletmeler açısından itibari bir değer ifade etmektedir. Bu nedenle işletmeler sosyal sorumluluk çalışmalarını markalarının reklamı olarak da görebilmektedir. Özellikle iletişim kanallarının gelişmesi, internet ortamında ücretsiz uygulamalar ve internet siteleri sayesinde işletmelerin tanıtım faaliyetlerine kolaylık sağlamaktadır. Burada dikkat çeken husus ise, Türk adet geleneklerinde yapılan iyilik ve destekler, gizli veya hane içinde kalırken, günümüzde adeta bir reklam platformu haline gelmiştir. İşletmeler de tıpkı bireyler gibi sosyal fayda sağlamak istemekle birlikte faaliyetlerini ilan ederek duyurmayı tercih ettikleri gözlemlenmektedir.

KSS' nin Türkiye' deki gelişimine, kültürel olarak sahip olduğumuz coğrafi, demografik ve geleneksel çeşitlilik etkide bulunmaktadır. Dünyada bazı bölgelerde belirli alanlarda toplumun beklenti ve ihtiyaçları daha baskın iken, Türkiye' de birçok alanda topluma karşı sorumluluklar ortaya çıkmaktadır. Bu durum işletmeleri daha geniş açıdan sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelmelerini sağlamaktadır. İhtiyaçlara cevap verebilmek amacıyla, sivil toplum kuruluşlarının, devletin, hissedarların, çalışanların ve hatta müşterilerin dahi projelere katıldığı gözlemlenmektedir. Bu katılımlar sayesinde KSS' nin Türkiye' de gelişimini ve etkinliğini gelişme göstererek ilerlemektedir.

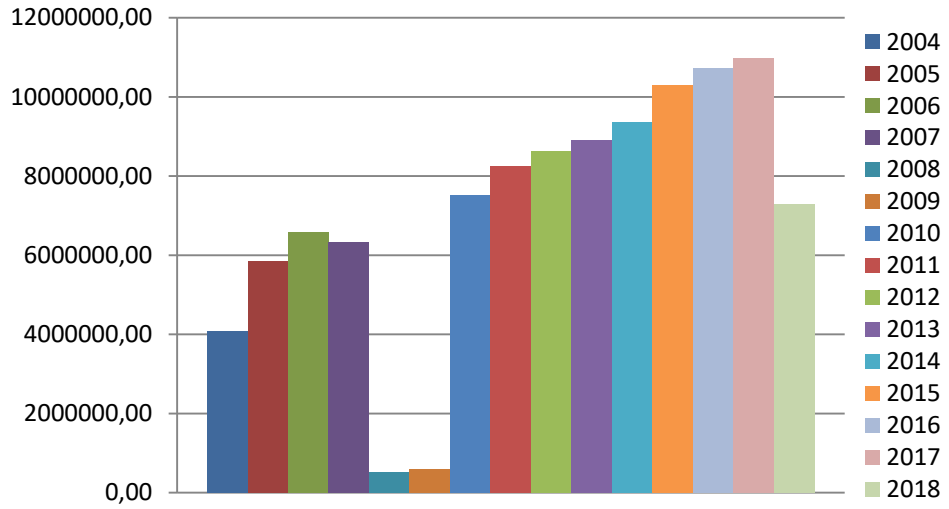
Gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler ele alındığında, STK'ların toplumsal hayatta önemli rol aldığı görülmektedir. Türkiye' de ise STK kuruluşları sayısı gittikçe artış göstermektedir. Buna karşın mevcut Türkiye nüfusuna göre STK'lara katılım konusunda çok iyi bir gelişme kaydedildiği söylenemez.



Şekil 1.7. Türkiye'de STK'lara Katılım Grafiği

Kaynak: https://www.siviltoplum.gov.tr/dernek-uye-sayilarinin-turkiye-nufusuna-orani

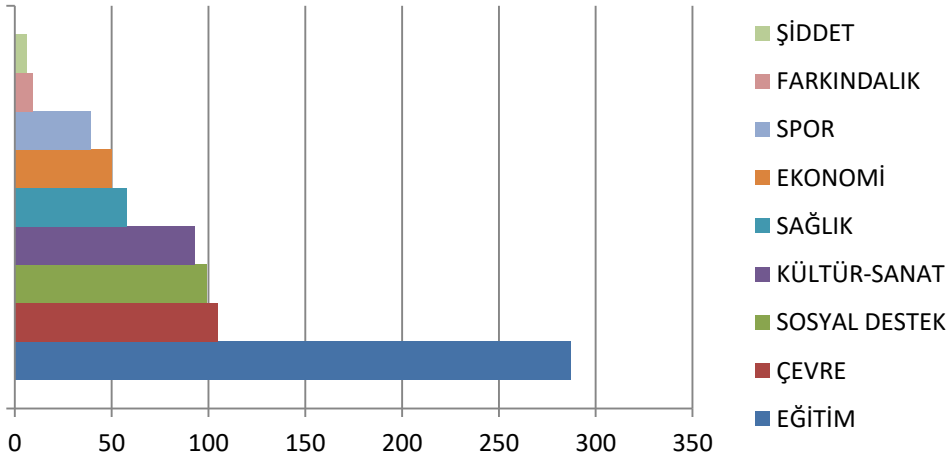
T.C. İç İşleri Bakanlığı – Sivil Toplumla İlişkiler Müdürlüğü'nün internet sitesindeki resmi bilgilere göre; Türkiye'de bulunan aktif dernek sayısı 118213 iken; Türkiye'nin toplam nüfusundan sadece 7,269,737 vatandaşımız dernek üyesidir.



Şekil 1.8. Derneklerin Yıllara Göre Üye Sayıları

Kaynak: https://www.siviltoplum.gov.tr/derneklerin-yillara-gore-uye-sayilari

Şekil 1.9.'u incelediğimizde, Türkiye' de STK'lara katılımının düşük yüzdeliklerle arttığı görülmektedir. Türkiye nüfusuna göre yaklaşık olarak %90 'lık bir katılım noksanlığı, Türkiye' de kurumsal sosyal sorumluluk alanında hala önemli bir farkındalık açığının olduğu görülmektedir.



Şekil 1.9. İnsani Gelişme Vakfı KSS Analizi

Kaynak: İNGEV 2019 Raporu

Türkiye' de yapılan sosyal sorumluluk çalışmaları incelendiğinde gelişmekte olan bir toplum olmanın verdiği noksanlıkların kapatılmaya çalışıldığı görülmektedir. Türkiye'de sosyal faaliyetlerde bulunan İnsani Gelişme Vakfı (İNGEV) tarafından 2019 Mart ayına ait 746 işletmedeki KSS çalışması analiz edilerek ilan edilmiştir. Mevcut araştırmada şirketlerin çalıştıkları sosyal alanların, ihtiyaçlar doğrultusunda eğitim odaklı olduğunu; eğitim alanını ise çevre ve sosyal yardım faaliyetleri izlediği görülmektedir.

Türkiye nüfus ve demografik şartlar dolayısıyla oldukça geniş bir yelpazeye sahiptir. Bu genişlik toplumun beklenti ve ihtiyaçlarında da çok yönlü çalışmalara ortam hazırlamaktadır. Türkiye' de KSS çalışmaları resmi verilerde çok tatmin edici olmasa da, birçok alanda sorumluluk hisseden ve çalışmalar yapan işletmeler bulunmaktadır. Growth From Knowledge (GFK) tarafından CAPITAL Dergisi için hazırlanan 2018 Kurumsal Sosyal Sorumluluk raporuna ele alındığında; doğa, kadın, girişimcilik, çocuk, spor, engelli insanlar alanların da geliştirilen birçok dalda proje olduğu görülmektedir. 2018 yılına ait hazırlanan raporda Türkiye'de uygulanmış en başarılı sosyal sorumluluk projeleri ve faaliyet alanları aşağıdaki şekildedir:

Tablo 1.4. GFK Tarafından Hazırlanan, Türkiye'deki Uygulanmış En Başarılı KSS Çalışmaları Analizi

Başarı Sırası	Proje Adı	Projeyi Uygulayan Kurum	Faaliyet Alanı
1	81 İlde 81 Orman	İş Bankası	Doğa - Çevre
2	Temiz Çevre	Carrefour	Doğa - Çevre
3	Gün Işığı	Türk Telekom	Çocuk - Eğitim
4	Gönül Ağacı	Petrol Ofisi	Kadın -İstihdam
5	Sarı Bisiklet	Eti	Spor - Sağlık
6	Engelsiz Eğitim Programı	Turkcell	Çocuk - Eğitim
7	Kadın Usta Kulübü	Kale Grubu	Kadın -İstihdam
8	Engeli Olan Çocuklar	UNICEF	Çocuk - Eğitim
9	Geleceğin Mucitleri	SAMSUNG	Çocuk - Eğitim
10	Annem ve Ben Projesi	TİKAV	Anne – Çocuk

Kaynak: (GFK, 2018)

KSS, bir işletmenin iç ve dışında bulunan tüm çevresine karşı duyarlı olmasını gerektirmektedir. Günümüz yöneticileri, her kuruluşun, salt firmanın imajı değil aynı zamanda topluma kattığı değerler dolayısıyla işletmelerin KSS faaliyetlerine odaklanmaları görüşündedir (Siddiq ve Javed, 2014: 191). Türkiye' de işletmeler, bilhassa toplumun refahına yönelik çalışmalar ile sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Türkiye'de gelenek ve kültürün etkisinin yanı sıra kurumsal anlamda sosyal faaliyetlerin alanı gün geçtikçe artmaktadır. Ancak genç nüfus oranı dikkate alındığında, bu faaliyetlerin daha hızlı ve etkin bir şekilde ilerlemesi gerekmektedir.

Ulusal ve uluslararası gelişmelerde Türkiye'yi diğer ülkelerden bağımsız düşünmek mümkün değildir. Sanayi devriminin etkisi ile birlikte, farklı kültürlere duyarlı küreselleşme süreci ve bu sürecin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan uluslararası bağımlılık; insan, toplum ve çevre odaklı değişimi hızlandırmıştır. Sivil toplum kuruluşları, özel sektör sosyal sorumluluk programları ve bireysel gönüllü girişimler sayesinde ''gönüllülük ve sosyal fayda'' bilinci Türkiye' de de giderek yaygınlaşmaktadır (Bayraktaroğlu, İlter ve Tanyeri, 2009: 36). Türkiye'de KSS, küresel olaylardan etkilenerek gelişmekte ve kurumlar açısından hayati önem taşımaktadır. Devlet, sivil toplum kuruluşları, özel sektör işletmeleri ve bireyler arasında kurumsal sosyal sorumluluk bilinci giderek yaygınlaşmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanına İlişkin Geliştirilen Evrensel Standartlar, İlkeler ve Anlaşmalar

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının uygulamada evrensel boyut kazanması, nitelik bakımından standartlaştırmak amacıyla belirli bildirge, anlaşma, standart vb. girişimleri gerekli kılmıştır. Bu ihtiyacın giderilmesi için KSS alanında girişimler, yayınlar, bildirge ve anlaşmalar ilan edilmiştir. Bu girişimleri uluslararası organizasyonlarca başlatılan girişimler ve hükümet dışı sivil toplum örgütleri tarafından başlatılan girişimler olmak üzere iki sınıfta incelemek mümkündür.

Tablo 2.1. Uluslararası Organizasyonlar Tarafından Geliştirilen Başlıca Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri ve Bildirgeleri

Girişimin Adı	Tarih	Girişimin Amacı Ve Kapsamı
ILO Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İle İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi	Cenevre,1977	Çokuluslu şirketlere, hükümetlere, işçi ve işveren kuruluşlarına; istihdam, eğitim, çalışma ve yaşam koşulları ve işçi-işveren ilişkileri gibi alanlarda tavsiyeler içermektedir.
OECD Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi	Paris, 2000	Çokuluslu şirketlerin yatırım yaptıkları ülkeye ve o ülkede yaşayan topluma karşı sorumlulukları ortaya konulmuştur.
Birleşmiş Milletler, Küresel Sözleşme (Global Compact)	New York, 2000	Şirketlerden etki alanları kapsamında insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında bir dizi esas değeri kabul etmeleri, desteklemeleri ve uygulamaya koymalarına ilişkin ilkeler içermektedir.
BM Çevre Programı, Mali Kurumlarda Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınmaya İlişkin UNEP Deklarasyonu	Paris, 1992	Dünyada finans hizmetleri sektörünün önde gelen kuruluşları tarafından imzalanmıştır. Çevrenin korunması yönünde sorumluluk ve işbirliği önermektedir.
AB: Avrupa Toplulukları Komisyonu, "Green Paper"	Temmuz, 2001	Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından yayınlanan dokümanlarda, KSS' nin önemi belirtilmiş ve işletmelerde gönüllü olarak sürdürülecek girişimlerin desteklenmesi talep edilmiştir.

Kaynak: (Aktan, 2008: 6)

2.1.1. ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü – International Labour Organization), Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika İle İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi

ILO, Birleşmiş Milletlere ait, etkinliğini anayasasından alan, evrensel çalışma standartları ile küresel boyutta kabul görmüş ülkeler arası bir kuruluştur. KSS ile alakalı geliştirilmiş olan ILO bildirgesi ise 1919 yılında; çalışma koşulları, adalet, çocuk ve kadın işçiler, insan hakları ve çalışanların hak ve menfaatlerini korumak amacıyla tasarlanmış bir sözleşmedir.

ILO'nun dört temel stratejik hedefi vardır (İŞKUR):

1. Çalışma yaşamında standartlar, temel ilke ve haklar geliştirmek ve gerçekleştirmek,
2. Kadın ve erkeklerin insana daha yakışır işlere sahip olabilmeleri için daha fazla fırsat yaratmak,
3. Sosyal koruma programlarının kapsamını ve etkinliğini artırmak,

4. Üçlü yapıyı ve sosyal diyaloğu güçlendirmek.

ILO'nun çalışma şartları ve koşulları hakkında oluşturduğu evrensel bildirgede nihai amaç; insan haklarını korumak, çalışma şartlarını iyileştirmek, hükümet, işçi ve şirket üçlüsü arasında dengeyi kurarak, uluslararası faaliyetler programlamaktır.

2.1.2. OECD Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesi

OECD (Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü), insanların gelirlerini artıracak ve en azından asgari yaşam standartlarını sağlayarak sosyal bir refah düzeyi sağlayacak politikalar desteklemektedir. Şirket ve çalışanlardan ziyade daha çok hükümetler ile iş birliği içerisinde bulunan OECD, hükümetlerle küresel tecrübeleri paylaşarak, çıkabilecek evrensel sorunlara ilişkin birlikte hareket edecek ortak bir platform sağlamaktadır. Bu bağlamda, evrensel boyutta sağlıklı ve sürdürülebilir refah düzeni gayesi ile 1976 tarihinde uluslararası yatırımlar ve çokuluslu işletmeler bildirgesi geliştirilmiştir.

Çokuluslu işletmeler bildirgesi, 1979'dan bu yana; 1984, 1991,2000 ve 2011 yıllarında gereksinim duyuldukça incelenmiş ve revize edilmiştir. Günümüzde son olarak 2011 yılında revizyona uğramış olan bildirge metni geçerli sayılmaktadır.

Tablo 2.2. Uluslararası Yatırımlar ve Çokuluslu İşletmeler Bildirgesine Göre İşletmelerin Sorumlulukları

1.	Sürdürülebilir bir kalkınma sağlaması amacıyla ekonomik, toplumsal ve çevresel ilerlemeye katkıda bulunmalıdır.
2.	Ev sahibi devletin uluslararası yükümlülük ve taahhütleriyle uyumlu olarak, faaliyetlerden etkilenenlerin insani haklarına saygı göstermelidir.
3.	Sağlıklı bir ticari uygulama gereğiyle uyumlu olarak, işletmenin iç ve dış pazarlardaki faaliyetlerinin geliştirilmesinin yanı sıra, yerel toplumla yakın işbirliği yoluyla, ticari çıkarlar dâhil, yerel kapasite gelişimini teşvik etmelidir.
4.	Özellikle iş olanakları yaratarak ve çalışanlar için eğitim olanaklarına yardımcı olarak insan sermayesi oluşumunu teşvik etmelidir.
5.	Çevre, sağlık, güvenlik, iş, vergi, mali teşvikler ve diğer konularla ilgili yasa ya da düzenlemeler çerçevesinde öngörülmeyen istisnalar sağlamaktan ya da kabul etmekten kaçınmalıdır.
6.	İyi kurumsal yönetim ilkelerini destekleyip savunmalı ve iyi kurumsal yönetim uygulamaları geliştirip uygulamalıdır.

7. İşletmeler ile bunların faaliyette bulundukları toplumlar arasında karşılıklı güven ilişkisi geliştiren etkin öz-düzenleme uygulamaları ve yönetim sistemleri geliştirip uygulamalıdır.

8. Şirket politikalarının, eğitim programları dâhil, çeşitli yollarla yaygınlaştırılarak çalışanlarca bilinmesini ve bunlara uyulmasını teşvik etmelidir.

9. Yasalara, genel ilkelere ya da işletme politikalarına aykırı uygulamalar hakkında yönetime ya da duruma göre, yetkili kamu mercilerine gerçek ihbarda bulunan çalışanlara karşı ayrımcı ya da disiplin işlemlerine başvurmaktan kaçınmalıdır.

10. Duruma göre, tedarikçiler ve taşeronlar dâhil, iş ortaklarının genel ilkeler ile uyumlu kurumsal faaliyet ilkeleri uygulamasını teşvik etmelidir.

11. Yerel politik faaliyetlere her türlü usulsüz müdahalelerden kaçınılmalıdır.

Kaynak: (https://www.oecd.org/daf/inv/mne/38111419.pdf , s. 8-9.)

2.1.3. Birleşmiş Milletler, Küresel Sözleşmesi (Global Compact)

1999 yılında Davos'ta gerçekleştirilen Dünya Ekonomik Forumu'nda, BM Genel Sekreteri Kofi Annan, daha önce hiç alışılmadık bir durum olarak görülecek olan bir konuşma ile yeni bir dönemin başlamasına ortam hazırlamıştır. Kofi Annan'ın yaptığı konuşma; ekonomi, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk temalı başlıklardan oluşmaktaydı. Dünyanın önde gelen iş insanlarının ve BM üyelerinin bulunduğu forumda Annan; iş insanları ve BM üyelerinin paydaş olarak daha sorumlu ve küresel verim elde ederek çalışılması gerekliliğini ifade etmiştir. Bu gelişmeler akabinde, kurumsal vatandaşlığı teşvik etmek amacıyla çok paydaşlı bir girişim (Bissoon, 2018: 6) olan, BM Küresel İlkeler Sözleşmesini oluşturulmuştur.

Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin misyonu iki ana tema içermektedir (Philippe ve Vincent, 2006: 55):

I. Küresel İlkeler Sözleşmesi, özel sektörü ‘’insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında bir dizi temel değere sahip olmaya, desteklemeye ve uygulamaya koymaya davet eden kurumsal bir vatandaşlık girişimidir.

II. Küresel İlkeler Sözleşmesi, BM değerlerini yükseltmek amacıyla, küresel arenadaki çeşitli ekonomik ve sosyal aktörler arasındaki iş birliğini kolaylaştırmak için bir forumdur.

Küresel İlkeler sözleşmesi, toplumda; diyalogların kurulması, öğrenme ihtiyacının giderilmesi, ortaklıklar kurulması, girişimlerde teşvik gibi çeşitli ağlar ile

oluşmuş çok paydaşlı bir modeldir (Wynhowen, 2006: 64). Bu model, kendisini liderlik platformu ve stratejik politika girişimi (Rothlin, 2010: 5-6) olarak ifade etmekle birlikte, giderek artmakta olan uluslararası katılım ile insan hakları, toplum, çevre, yolsuzluktan korunmak için evrensel standartlar geliştirmektedir. Mevcut geliştirilmiş olan standartların paydaşlar tarafından benimsenmesi ve uygulanması BM tarafından arzu edilen bir durumdur. Bu standartlar özünde, küresel ilkeler sözleşmesinin on temel ilkesini oluşturmaktadır:

İnsan Hakları

İlke 1: İş dünyası, ilan edilmiş insan haklarını desteklemeli, saygı göstermelidir.

İlke 2: İş dünyası, insan hakları ihlallerinin suç ortağı olmamalıdır.

Çalışma Standartları:

İlke 3: Çalışanların sendikalaşma ve toplu müzakere özgürlüğünü destelemelidir.

İlke 4: Zorla işçi çalıştırılmasına uygulamasına son verilmelidir.

İlke 5: Çocuk işçi çalıştırılmasına her şekilde son verilmelidir.

İlke 6: İşe alım ve yerleştirmede ayrımcılığa son verilmelidir.

Çevre:

İlke 7: İş dünyası çevresel sorunlara ilişkin temkinli bir yaklaşımda olmalıdır

İlke 8: Çevresel sorumluluğu arttıracak her türlü oluşum ve faaliyet desteklenmelidir.

İlke 9: Çevre dostu teknolojiler, gelişimleri ve yaygınlaşması bakımından desteklenmelidir.

Yolsuzlukla Mücadele:

İlke 10: İş dünyası, rüşvet ve haraç dâhil olmak üzere tüm yolsuzluk çeşitleriyle savaşmalıdır.

(**Kaynak** : https://www.unglobalcompact.org/)

2.1.4. Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi (UNEP FI)

Birleşmiş Milletler, sosyal sorumluluk alanında birçok evrensel bildirgeye imza atmış ve insani değerleri ön planda tutan standartlar, anlaşmalar geliştirmiştir. Bu gelişmelerden birisi de çevresel politikaları göz önünde tutan ve sürdürülebilirlik, finansal kamusal farkındalık ve iletişim parametrelerini içeren Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi (UNEP FI) dir.

UNEP FI, diğer bildirgelerden farklı bir bakış açısıyla çevresel ve toplumsal konuların finansal açıdan da nasıl bir etkileşimde olduğunu irdeleme amacı taşımaktadır. Bu amaç doğrultusunda 1997 yılında, ‘’Mali Kurumlarda Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınmaya İlişkin UNEP Deklarasyonu’’ imzalanmıştır. Deklarasyona katılmak ve ilkelerini uygulama taahhüdünde bulunan işletmeler, kendi faaliyet alanlarına ilişkin ilkeleri içeren bildirgeyi imzalamak suretiyle katılım sağlayabilmektedirler. Böylelikle; kurumların uluslararası çevre koruma taahhütleri, ihtiyaç duyulan bölgede BM işbirliği ile birlikte yerine getirilmektedir.

Tablo 2.3. Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi Bildirgesi

1. **Sürdürülebilir Kalkınmaya Bağlılık:**

- Sağlam bir iş yönetimi için, genç kuşakların temel ihtiyaçlarını gideren sürdürülebilir kalkınma ana tema olarak görülmektedir.
- Otoriteler, sürdürülebilir kalkınma için uzun dönemli kriterleri seçme ve faaliyet alanlarına fiilen yerleştirmede lider rolündedir.
- Mali kuruluşlar, diğer finans sektörleri ve tüketicilerle; ticari etkileşimlerde bulunarak, sürdürülebilir kalkınmaya ciddi faydalar sağladığını görmekteyiz.
- Kurumsal vatandaşlık ve nitelikli çalışma uygulamalarını, sürdürülebilir kalkınma bakımından bütünün bir bileşeni olarak kabul ediyoruz.
- Küresel kalkınmanın; çevre ve iklim konusunda küresel sorunların genişlemesi ve ciddi güvenlik problemlerini beraberinde getirmesi dolayısıyla, toplum ve insan sorunlarıyla daha etkileşimli olduğunun bilincindeyiz.

2. **Sürdürülebilirlik Yönetimi**

- Çevresel ve toplumsal oluşabilecek olumsuzlukları önceden tahmin ederek, oluşabilecek olumsuz olaylar için ihtiyatlı olmaya destek veriyoruz.

  Çevre ve sosyal sorunlar için geliştirilmiş olan tüm lokal ve ulusal düzenlemelere uyum sağlayacağız ve bununla kalmayıp pazardaki tüm işlerimize bu düzenlemeleri entegre edeceğiz.
- Hem lokal hem de ulusal girişimlerde, çevresel ve sosyal tehditlerin bilincinde olmak ve bu tehditleri ölçmeyi; risk değerlendirme ve yönetmenin bir parçası olarak kabul etmekteyiz.
- Enerji ve su tüketiminde verimlilik, geri dönüşüm ve atık uygulamalarını dâhil ederek, çevre için en verimli projeleri uygulamaya gayret edeceğiz. Bu bağlamda benzer amaçları kendisine misyon edinmiş iştiraklerle(tüketiciler, ortak paydaşlar, ürün ve hizmet dağıtıcılar, taşeron firmalar) paydaşlık ilişkisi kurmak için çalışacağız.
- Periyodik incelemelerle, sürdürülebilir yönetim ile alakalı gelişmeleri kaydetmek için güncellemeler düşünmekteyiz. Bu konuda araştırma yapmaları için sanayiyi teşvik etmekteyiz.

- Sürdürülebilirlik hedeflerimiz için periyodik iç analizler yapmanın, mevcut koşullardaki durumumuzu ölçmek için ihtiyaç olduğunun farkındayız.
- Finansal hizmet piyasasının, çevre için sürdürülebilirlik ilkelerini geliştirecek mal ve hizmet sunması gerekliliğini biliyoruz.

3. Kamu Bilgilendirilmesi ve İletişim

- Finans kuruluşlarının, karar aldıkları ve uygulamada olan sosyal ve toplumsal politikalarda, hangi aşamada olduklarını, periyodik olarak kamuoyuna raporlamalarını önermekteyiz.
- Müşterilerimiz için, çevresel ve toplumsal tehditleri azaltarak; sürdürülebilir kalkınmaya teşvikte bulunmak ve kuvvetlendirmek gayesindeyiz. Bu bağlamda müşterilerimize bilgi aktarmaya kendimizi adamış durumdayız.
- Çevre problemlerine ilişkin sürdürülebilirlik ile alakalı tüm alanlarda, halkın da dâhil olduğu tüm paydaşlarımızla şeffaf ve diyalog halinde teşviklerde bulunacağız.
- Finans Girişimi bildirgesini geliştirmek için BM Çevre Programı (UNEP) 'ndan aktif destek alarak bilgi sağlamada desteklerini isteyeceğiz.
- Diğer finans kuruluşlarına, finans girişimi beyanına destek vermeleri için teşviklerde bulunacağız. Uygulamaların gelişmesi için bilgi ve deneyim aktarımında bulunacağız.
- Mali hizmet kurumlarının, farklı girişimlerin sürdürülebilir finansman amaç ve hedeflerini iletmede öneminin bilincindeyiz. Farklı olan bu girişimlere uygun olanaklarla destek olmaya çalışacağız. Bu bildirgenin, uygulandıktan sonraki başarı durumu, tüm paydaşların gelişme kaydetmesi için periyodik aralıklarla UNEP ile birlikte çalışacağız.

Kaynak: (https://www.unepfi.org/fileadmin/statements/UNEPFI_Statement.pdf)

2.1.5. Avrupa Birliği Komisyonu, "Yeşil Bildiri''(Green Paper)

Avrupa Birliği Komisyonu Temmuz 2001 yılında Avrupa Birliğinin tamamını içeren kapsamda, KSS amaçlı yeşil bildiri yayınlamıştır. Avrupa çerçevesini teşkil eden yeşil rapor iş ve yaşam dengesini teşvik etmekte ve sosyal hak ve kurumsal davranış kurallarını içermektedir (Vulnerat, 2013: 5). Bu bildirgenin sunulmasıyla birlikte, kurumsal sosyal sorumluluk alanında Avrupa Birliği çapında nasıl bir gelişme politikası izleneceğini belirlemek amacıyla bir tartışma ortamı oluşmuştur.

Green Paper'in yayımlanması sonrası oluşan polemik ortamına; iş dünyası, sendikalar, sivil toplum örgütleri ve üniversitelerin de katılmasıyla, KSS kavramının, iş dünyasının önemli bir parçası olduğu ve ileri ki yıllarda rekabette belirleyici rol oynayacağı konusunda uzlaşılmıştır (Yamak, 2007: 111). İlerleyen yıllarda komisyonda üye olarak bulunan bazı ülkeler, şirketlerdeki sosyal sorumluluk uygulamaları için yasalar düzenlemişlerdir. Düzenlenen kanunlarda, sosyal

sorumluluk alanlarının ve çalışmalarının işletme yöneticilerince dikkate alınması önceliği vurgulanmıştır.

Avrupa komisyonuna göre, yasa çıkarılması hakkındaki temel stratejisi üç ana başlığa dayanmaktadır (Yamak, 2007: 111):

1. KSS kavramını tanıtmak ve yaygınlaştırmak,
2. Şirketlerin beyanında şeffaflığı öne çıkararak inandırıcılığı gözetmek,
3. Genel olarak toplumsal sorumluluk anlayışını öne çıkarmaktır.

Kurumsal sosyal sorumluluk, toplumsal destek ve devlet teşvikleri ile geliştirmesi gerek duyulan bir alandır. Sosyal farkındalık gün geçtikçe artan bir kavram olsa da, uygulamada bu alan, devlet dışındaki kurumlar tarafından da destek almaktadır. Ancak devletin sosyal sorumluluk çalışmalarını karşılıklı etkileşimde bulunarak desteklemesi, denetlemesi önemli bir yükümlülüktür.

2.2. STK Tarafından Yürütülen KSS Standart ve İlkeleri

Sivil toplum kuruluşları önceden ‘’ Gönüllülere para ödemiyoruz, onun için onlardan çok fazla talepte bulunamayız’’ görüşünde iken, artık ‘’ Gönüllüler herhangi bir ücret almadığı için daha fazla tatmin olmalı ve daha büyük katkılarda bulunmalıdırlar’’ eğilimindedir (Drucker, 2006: 197). Bu farklı bakış açısı ve sosyal sorumluluğa yönelik değişken küresel hedefler, beraberinde birçok ulusal çalışmanın gelişmesine katkıda bulunmuştur.

Sivil Toplum Örgütleri / Hükümet Dışı Organizasyonlar artan ihtiyaçlara cevap verebilmek amacıyla birçok girişimde bulunmuşlardır. Bu girişimlerden oluşan başlıca KSS ilkeleri; CERES İlkeleri, Caux ilkeleri, Küresel Sullivan İlkeleri, Küresel Raporlama Girişimi(Global Reporting Iniative), SA800, AccountAbility 1000,Dünya Ekonomik Forumu: Küresel Kurumsal Vatandaşlık Deklarasyonu, FTSE4Good İndeksi’dir (Değirmen, 2016: 56).

Tablo 2.4. STK / Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından Başlatılan ve Sürdürülen Başlıca KSS Girişimleri

Girişimin Adı	Yer - Tarih	Girişimin Amacı Ve Kapsamı
CERES İlkeleri	ABD 1989	Çevrenin korunması ve kirliliğin azaltılmasına ilişkin etik ilkeler içermektedir.
Caux İlkeleri	Minnesota 1994	Tüm paydaşların toplumsal sorumluluğa katkıda bulunmasını öneren, genel bir KSS girişimidir.
Küresel Sullivan İlkeleri	ABD 1999	İnsan haklarının korunması ve gözetilmesi, çocuk işçi çalıştırılmasının ortadan kaldırılması, ayrımcılığa son verilmesi ve sosyal adaletin sağlanmasına yönelik ilkeleri içermektedir.
Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative) (GRI)	Boston, 1997; (2002 revize)	İşletmelerin çalışma koşullarının, ürün ve hizmetlerinin ekonomik, çevresel ve sosyal standartlara uygun olduğunu beyan etmelerine imkân sağlayan bir raporlama girişimidir.
SA8000	Londra, 1998 (2002 revize)	SA8000, çocuk işçiliği, çalışma saatleri, iş sağlığı ve güvenliği gibi çalışma yaşamına yönelik konuları denetlemeyi amaçlayan bir KSS girişimidir.
AccountAbility1000	Londra 1999 (2002 revize)	Bu standart işletmelerde meslek ahlakının ölçülmesi ve raporlanması için geliştirilmiştir.
Dünya Ekonomik Forumu: Küresel Kurumsal Vatandaşlık Deklarasyonu	Davos 2001	Deklarasyonda, iş dünyasının çevre, ahlak, emek ve insan hakları konularında uluslararası standart ve değerlere saygı göstermesi ve adımlar atılması talep edilmektedir.
FTSE4Good İndeksi	Londra 1995	İşletmelerde sürdürülebilir çevresel konulara yönelik çalışmalar gerçekleştirmek, paydaşlar ile olumlu ilişkiler geliştirmek, evrensel insan haklarını desteklemek vb. konuları içeren bir sosyal sorumluluk yatırım endeksidir.

Kaynak: *(*Aktan ve Vural, 2008: 12)

2.2.1. CERES İlkeleri (Çevreye Duyarlı Ekonomiler Birliği İlkeleri)

1989 yılında, Exxon Valdez adlı petrol tankerinin Alaska kıyılarında karaya oturması sonucu on binlerce ham petrol denize yayılmış ve devasa boyutlarda bir çevre kirliliğine neden olmuştur. Bu olay sonucu, sosyal sorumluluk hisseden yatırım firmaları, Kamu Emeklilik Fonu ile çevre organizasyonlarının, işçi sendikalarının, yatırım fonlarının ve çevreye duyarlı diğer kar amacı gütmeyen muhtelif organizasyonların oluşturduğu CERES adlı çevreci bir STK arasında oluşturulan

koalisyon, Valdez İlkelerini geliştirmiştir. Daha sonra bu ilkeler yeniden gözden geçirilmiş ve CERES ilkeleri olarak ilan edilmiştir (Bacak ve Özer: 2009). Sosyal yatırımcıları, çevreci grupları ve kamusal grupları içeren ve 7 Eylül 1989 yılında kurulan CERES (Ceritli, 2001: 220); iklim, gıda, tarım, su, gaz, sigorta, lojistik, finans, banka sektörü, elektrik gibi sektörlerde önemli etkiler yaratmaktadır.

CERES toplumsal sorunlara karşı duyarlı olmayı etkilemenin yanı sıra, işletmelerin çevre konusunda standartlaşmış rapor kalıplarıyla raporlama yapması konusunda önemli girişimlerde rol almaktadır. CERES ilkeleri, piyasa dışı bir kurum tarafından oluşturulması ve hesap verebilirlik konusunda sanayi dışında bir kol olması dolayısıyla; kendisine bağlı şirketlere emsali olmayan bir kamu çevre sorumluluğu modeli oluşturmakta (Smith III, 1995); küresel anlamda hizmet veren işletmeler ve yatırımcılar açısından çevresel sorumluluklara olan etkilerini değerlendirmelerine ortam sağlamaktadır. CERES ilkelerinin, otoritelerce oluşturulmuş olan yaptırım ve kısıtlamalardan sıyrılarak, toplum yararına göre oluşturulmuş yaklaşımlar olduğunu ifade edebiliriz. Çevre korunmasına yönelik olarak ilan ediliş olan 10 temel CERES (2016) prensibi şunlardır:

1. **Biyosferin Korunması:** Doğada, hava, su, toprak veya çevresel hasar oluşturacak herhangi bir maddenin salınımına engel olmak veya azaltmak hedeflenmektedir. Bu sayede, doğal yaşam ve biyo-çeşitlilik korunarak işletme faaliyetlerinden etkilenen tüm doğal ortamların korunması taahhüt edilmektedir.
2. **Doğal Kaynakların Kullanımında Sürdürülebilirlik:** Yenilenemeyen su, toprak, orman gibi doğal kaynakların kullanımında ihtiyatlı davranmak ve kaynakları sürdürülebilir bir koruma içerisinde olunmasıdır.
3. **Atıkların Azaltılması ve İmha Edilmesi:** Çevreye zarar oluşturabilecek tüm atıkların güvenli yöntemlerle imha edilmesi; geri dönüşüme uygun olanların ise yeniden kullanıma uygun hale getirilerek israfın önüne geçilecektir.
4. **Enerji Tasarrufu:** İşletme faaliyetlerinde de kullanılmak üzere, çevreye zarar vermeksizin sürdürülebilir enerji kullanımının oluşturulacaktır.
5. **Riskin Azaltılması:** Çalışanlar açısından güvenli ve sağlıklı iş ortamları oluşturularak, karşılaşılabilecek risklerin en aza indirgenmesi amaçlanmaktadır.
6. **Güvenli Ürün ve Hizmet:** Çevrinin doğasına ve güvenliğine tehdit oluşturabilecek ürünlerin üretimini en asgari düzeye indirmek ve mümkünse

durdurmak isteyen CERES, bu tarz ürünlerin hakkında insanlara bilgi vererek güvensiz tüketim ortamı düzeltilmeye çalışılacaktır.

7. **Çevresel Restorasyon:** İnsan, çevre ve doğaya dair zarar verilen tahribatların ilke olarak düzeltilmesini veya iyileştirilmesini öngören bir ilkedir.
8. **Kamuoyunun Bilgilendirilmesi:** Üretim faaliyetlerinden kaynaklı çevresel, sağlık ve güvenlik ortamında meydana gelebilecek hasarlardan kaynaklı sonuçlar için kamuoyu her zaman bilgilendirilmelidir. Mevcut otoriteler çalışma koşulları ve olayların tehlike boyutuna hâkim oldukları için çalışanlara karşı herhangi bir işlem yapılmamasını içermektedir.
9. **Yönetim Taahhüdü:** CERES İlkelerini kabul eden bir işletme, bu ilkeleri taahhüt eder. Yönetim kurulu ve icra kurulu başkanı hakkında tam bilgi verilirken aynı yönetimin çevre ve çevreye dair sorunlar konusunda sorumlu oldukları bilgisi verilir. Bu bakış açısıyla işletmeler, yönetim kurullarını oluştururken çevresel bağlılığı bir faktör olarak göz önünde tutulacaktır.
10. **Denetim ve Raporlama:** CERES ilkelerini taahhüt eden işletmelerin, çevresel denetim kurallarına uyarak, her yıl düzenli bir şekilde kamuoyuna açık öz değerlendirme raporlarını tamamlanacaktır.

2.2.2. CAUX İlkeleri

CAUX ilkeleri, The Caux Round Table derneği tarafından; ticarette eşitlik, çevrenin korunması, hukuka ve ahlaka uygunluk ilkelerini benimsenerek faaliyet gösteren işletmelere yönelik, küresel çapta oluşturulmuş ve kabul görmüş prensipler bütünüdür.

CAUX yuvarlak masa, 1986 yılında Avrupa, Japon ve Kuzey Amerikan iş hayatının önde gelen liderleri tarafından oluşturulan ve dünya barışı, sosyal istikrar, dayanışma, adalet gibi toplumsal amaçlar konusunda uluslararası işbirliğinin önemini vurgulayan bir sosyal sorumluluk girişimidir (Bacak ve Özer: 2009). CAUX ilkelerinin, ‘’Ahlaki Kapitalizm’’ felsefesi adı altında geliştirmiş olduğu yedi temel ilkesi bulunmaktadır:

İlke 1: İç ve dış çevredeki paydaşlara, pay sahiplerinin ötesinde saygı göstermek.

İlke 2: Ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkıda bulunmak.

İlke 3: Yasaların ve yaptırımların baskınlığından uzaklaşarak farklı bir bakış açısıyla güven inşa etmek.

İlke 4: Kurallara ve sözleşmelere saygı göstermek.

İlke 5: Sorumlu küreselleşmeyi desteklemek.

İlke 6: Çevreye saygı göstermek.

İlke7: Yasadışı faaliyetlerden kaçınmak.

Kaynak: (https://www.cauxroundtable.org/principles/)

CAUX ilkeleri, iş dünyasında sosyal ve etik davranışların ölçülebildiği bir dünya standardını iletmeyi amaçlayan bir özlem ifadesi (Carroll: 2013) olmakla birlikte, sorumlu bir işletmenin faydalı faaliyetler gösterebilmesi için yasa ya da otorite kurallarının yeterli olmadığı görüşünü barındırmaktadır.

2.2.3. Küresel Sullivan İlkeleri (Global Sullivan Principles)

Sullivan ilkeleri, 1977 yılında Reverend Sullivan tarafından Güney Afrika'da geliştirilmiştir. Sullivan ilkeleri, bir işletme içerisinde davranış modeli ve çalışma koşulları için bir şablon içermektedir. Bu şablonda, bir işletmenin sadece yasalar karşısında var olan sosyal sorumlulukları değil, refah ve sürdürülebilirlik bilinci ile hareket etmelerini içeren sorumluluklar bulunmaktadır. Ekonomik, sosyal, politik adaleti sağlamak, ırk ve cinsiyet ayrımı yapmaksızın insanlara eşit çalışma ortamı sunmak, çalışanların teknik eğitimlerine destek vermek suretiyle daha zengin, sürdürülebilir bir toplum refahı yaratmak amaçlanmaktadır. Oluşturulan şablon ile halklar arasında daha iyi bir iletişim ve adil bir yönetim sistemi ile barış ortamını hedefleyen Sullivan ilkeleri aşağıda verilmiş olan sekiz maddede, ilkeleri uygulamalarına yönelik ''Yapacağız!'' taahhüttün de bularak açıklayıcı ifadelere yer vermiştir (https://philadelphiaencyclopedia.org/archive/sullivan-principles/):

''Yapacağız!''

1. Evrensel insan haklarına ve özellikle çalışanlarımıza olan desteğimizi, faaliyet gösterdiğimiz topluluklar ve iş birliği içerisinde olduğumuz taraflara ifade edeceğiz.

2. Şirketimizin her kademedeki çalışanlarına renk, ırk, cinsiyet, yaş, etnik köken veya dini inançlar gibi konularda fırsat eşitliği sağlayarak; çocukların sömürülmesi, fiziksel cezalar, kadın istismarı, istemsiz işçilik ve diğer kabul edilemez istismar türleri olmaksızın faaliyetlerde bulunacağız.

3. Çalışanlarımızın gönüllü örgütlenme haklarına saygı duyacağız.

4. Çalışanlarımızın en az temel ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tazminlerde bulunacağız, sosyal ve ekonomik yeteneklerini geliştirmek için imkan sağlayacağız.

5. Çalışanlarımıza, güvenli ve sağlıklı bir iş yeri ortamı sağlayarak; sürdürülebilir kalkınmaya teşvik edeceğiz.

6. Çalışanların fikri ve diğer mülki haklarına saygı duyarak adil rekabete teşvik edeceğiz. Rüşvet teklifi ve ödemesi yapmayacağız.

7. Birlikte çalıştığımız toplumların yaşam refahlarının arttırmak için hükümet ve faaliyet gösterdiğimiz topluluklar ile işbirliği kuracağız.

8. İşletmeler, birlikte çalıştığı diğer kişi, kurum, toplulukları da bu ilkelere teşvik etmelidir.

2.2.4. Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative - GRI)

Dünya'daki nüfusun hızlı artışı ve beraberinde gelen beklenti ve ihtiyaçlar, küresel önlemleri gerekli kılmıştır; evrensel gelişmelere yönelik birçok standart ve bildiriler oluşturulmuştur. Bu girişimlerden biri olan küresel raporlama girişimi(GRI), 1997 yılından beri Amsterdam'da merkezi bulunan bağımsız bir küresel kuruluştur.

KSS raporlarında kalite, titizlik, amaca uygunluğu geliştirmek için tasarlanan GRI standardı (Hoştut, 2015: 129) sayesinde; tüm dünya sosyal, doğal, ekonomik ve beşeri hayatın problemlerini GRI Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları, perspektiften ücretsiz bir şekilde ele alabilmektedir. Raporlama yapan işletmenin değerlendirilmesi ve performansının iyileştirilmesi için yönetime bir araç olan GRI (OECD,15) aracılığıyla, toplumun refah düzeyi artmakla birlikte, tüm toplum için sürdürülebilir faydalar üretilmektedir.

2.2.5. SA8000 (Sosyal Sorumluluk Standardı 8000)

1997 yılında Ekonomik Öncelikler Konseyi Akreditasyon Makamının (CEPPA) bünyesinde, işçi sendikaları, insan hakları ve çocuk hakları örgütleri, akademisyenler ve işverenlerin bulunduğu bir platform tarafından, çalışanların temel haklarını güvence altına almak amaçlı oluşturulmuş bir standarttır.

SA8000 standardı temel olarak; çocuk emeği, cebri çalıştırma, işçi sağlığı iş güvenliği, sendika özgürlüğü ve toplu pazarlık hakkı, ayrımcılık, disiplin uygulamaları, çalışma saatleri, ücretlendirme ve yönetim sistemleri alanlarına giren konuları kapsamaktadır (Korkmaz, 2009: 120).

SA8000 belgelendirme standardının içeriği şu şekildedir:

- Sosyal sorumluluk ve çalışanlara etik ve küresel standartlara uygun muamele konusunda işletmenin kararlılığını kanıtlamak,
- Tedarik zincir yönetimi ve performansını iyileştirmek,
- Küresel standartlara uyum sağlamak; ihmal, itibar kaybı ve olası dava risklerini azaltmak,
- İşletmenin kurumsal vizyonunu destekleyerek; çalışanların, müşterilerin, paydaşların bağlılığını geliştirmek ve pekiştirmek,
- İşletmeler uluslararası ihaleler için teklif verirken veya yeni işlere uyum sağlamak için yerel olarak genişlerken, uygun sosyal sorumluluğu göstermesini sağlamak.

2.2.6. AA1000 Standardı (AccountAbility1000)

Hesap verilebilirlik standardı olan AA100, sürdürülebilir kalkınma amacı ile 1999 yılında İngiltere'de geliştirilmiştir. Kuruluşların tanımları, performans sınırları ve sürdürülebilirlikleri için oluşan gereksinim dolayısıyla AA1000 standardı oluşturulmuştur.

AA1000, hesap verebilirlik ve sürdürülebilirlik ilkelerinin birbirileriyle nasıl ilişkili ve tamamlayıcı olduğunu netleştirmeyi amaçlayan kaliteli bir çerçevedir (Beckett ve Jonker, 2002: 36). Bu standart işletmenin raporlama sisteminin kalite, güvence ve süreklilik bakımından karşılaştırılmasını sağlayarak, işletmenin gelişmesine de önemli katkılar sağlamaktadır.

AA1000 Güvence Standardının Başlıca Özellikleri(Yıldız, 2012: 90-91):

- Kurumsal performansın tüm yönlerini kapsar.
- İçeriğin paydaşlar için önem derecesine ve doğruluğuna odaklanır.
- Kurumun kendi performansını, etkilerini ve ilgili paydaşların görüşlerini derinlemesine anlamasını hedefler.
- Rapor veren kurumun paydaşlarına karşı duyarlılığını değerlendirir ve rapor verme sürecini paydaşlarla ilişkinin devamı olarak görür.
- Bir kurumun ortaya koyduğu politikaları ve hedefleri ne ölçüde gerçekleştirebileceğini, gelecekteki standart ve beklentilere ne ölçüde uyum sağlayabileceğini uzun vadeli bir bakış açısıyla değerlendirme imkânı sunar.
- Kurumsal sürdürülebilirlik raporları, çalışan ve müşterilerin sorunları yanı sıra; işletmenin başka bir bölge olan diğer paydaşlarıyla arasındaki

etkileşimleri de ayrıntılı olarak içerdiği için (Bhimani ve Soonawalla, 2010: 188) kamuya yapılan açıklamalar için bir taban oluşturur ve kamuya sunulan sürdürülebilirlik raporlarının güvenilirliğini pekiştirir.

- GRI (Küresel Raporlama Girişimi) ve KİS ile uyumluluk koşullarını da içeren çok çeşitli yaklaşımlar ve standartlar aracılığıyla rapor doğrulama sürecine destek verir.
- Her tür ve ölçekteki kurumlar, farklı coğrafi, kültürel veya sosyal çevrelerden teminat sağlayıcılar tarafından kullanılabilir.
- Teminat sağlayıcıların uygunluğunu ve rapor veren kurumla ilişkisinin de açıklanmasını gerektirir.

AA1000 Standardı, iş birliği içerisinde olduğu kurumlara yukarıda verilmiş olan özelliklerdeki faydalarına ilaveten, küresel çapta kabul görmüş uygulamalar çerçevesinde hesap verilebilirliklerini bildirmektedir.

2.1.2.7. Dünya Ekonomik Forumu: Küresel Kurumsal Vatandaşlık Deklarasyonu

Yaşadığımız dönemde, tek bir coğrafi bölgeye yönelik sorumlu vatandaşlık kavramı etkinliğini yitirmiş durumdadır. Kurumsal vatandaşlık, iş dünyasının sosyal rolüyle ilgilenen yönetim literatüründe önemli bir terim olarak ortaya çıkmıştır (Matten ve Crane, 2005: 166). Günümüz koşullarında ve iletişim ortamında dünyada gelişen ve yaşanan toplumsal sorunlara karşı, bireysellikten sıyrılarak daha geniş bir bakış açısıyla yaklaşmamız gerekliliği aşikârdır. Bu bağlamda, bireysel hayatımız dışında kalan ve toplumsal duyarlılığı gerektiren olaylar karşısında; farkındalığı yüksek bireyler olarak, kurumsal vatandaşlık aidiyetini küresel boyutta taşımamız gerekmektedir.

İşletmeler üretim dışında kendilerine misyon edindikleri sorumluluk kavramını küresel boyuta taşımaktadır. Artık kurum ve kuruluşların da bir ülkenin vatandaşı gibi sorumluluklar üstlenmesi gerektiği anlayışı toplumsal bellek içerisine yerleşmiştir. Bu yaklaşımın esas alınmasıyla ‘’kurumsal vatandaşlık’’ konsepti ortaya çıkmış ve işletmelerin bu çerçevede davranış geliştirmeleri beklentisi açığa çıkmıştır (Ustakara, 2016: 7). Küresel kurumsal vatandaşlığa göre işletmeler; insan, çevre, toplum gelişimine katkı felsefeleriyle küresel sorunlara karşı sorumlu bir tavırda bulunmalıdır. Gün geçtikçe önem kazanan bu akım, uluslararası platformda çocuklara dahi eğitim verilerek tüm topluma yayılması amaçlanmaktadır.

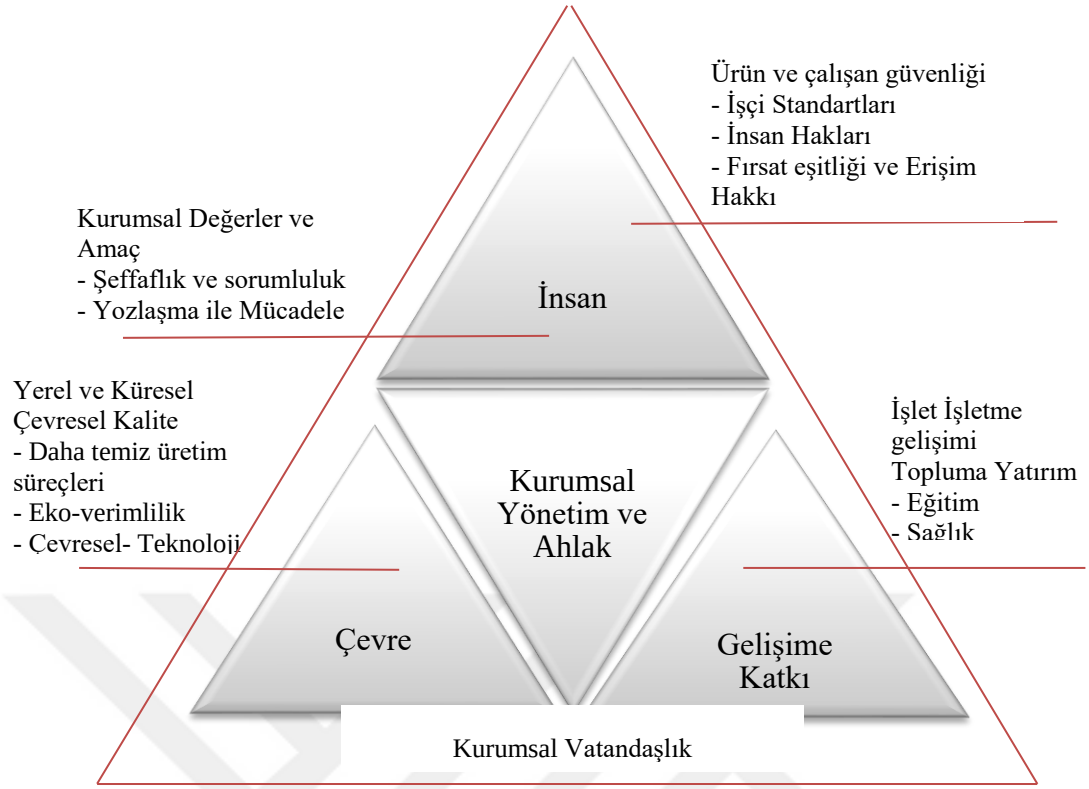
Küresel vatandaşlık bildirgesi, Birleşmiş Milletlerin insan, toplum ve çevre refahını önemseyen diğer bildirgeleri gibi Dünya Ekonomik Forumu katılımcıları tarafından sunulan ve imzalanan; işletmeler açısından birçok alanda sorumlu davranılması gerektiğini öngören bir bildirgedir.

OXFAM (2019), küresel vatandaşı:

- Kendi rolünü bir dünya vatandaşı olarak benimseyerek, dünyanın geniş sınırlarının farkında olan,
- Kültürel çeşitliliğe saygı duyan ve değer veren,
- Dünyada iş hayatının nasıl işlediğini anlayan,
- Sosyal adalete karşı tutkuyla bağlı olan,
- Lokal birliklerden tüm dünyaya uzanan topluluklara dâhil olan,
- Dünyadaki iş yaşamının daha adil ve sürdürülebilir olması için başkalarıyla çalışan,
- Eylemlerinin arkasında duran ve sorumluluktan kaçınmayan bireyler olarak tanımlamaktadır.

'' Kurumsal vatandaşlık, kurumun bireyler için vatandaşlık haklarını yönetmedeki rolünü ifade eder. Bu şekilde bir tanım, kurumsal vatandaşlığı; kurumun, bireylerin olduğu gibi kendi içinde bir vatandaş olduğu, ve kurumun bu bireyler için belli vatandaşlık yönlerini yönettiğini onamaktan uzak tutar. İşletmelerin, bireylerin vatandaşlık haklarını yönetmek için tek olduklarını ifade etmek istemiyoruz ama, bu şekilde yönetim için otoriteler tarafından büyük sorumluluklar aldılar.'' (Matten ve Crane, 2003: 13)

Kurumsal vatandaşlık işletmelerin, içinde yaşadıkları topluma karşı gönüllü olarak katkı sağlaması, toplumun sorunlarına karşı bir çözüm sunarak vatandaşlık sorumluluğunu üstlenmesi (Özgen, 2017: 29) sebebiyle işletmeler cephesinden birçok sorun ve gelişmeleri de beraberinde getirmektedir. Günümüzde dünyanın neredeyse her bölgesine fiziksel olarak ulaşmak veya iletişim kanalları aracılığıyla bağlantı kurmak oldukça kolay bir hale gelmiştir. Bu bağlamda, işletmeler açısından da küresel sorunlar, küresel vatandaşlık kapsamında lokal bir anlam kazanmıştır. Bu sorunlar bölgeden bölgeye veya bulunduğu şartlara göre birçok alanda meydana gelebilmektedir. Bu tip bir anlayışla bitlikte, bir işletme bulunduğu coğrafyanın sınırlarının ötesindeki toplumsal problemlere karşı duyarlı hale gelmiştir.



Şekil 10. Kurumsal Vatandaşlık Dinamikleri

Kaynak: (Argüden, 2002: 20)

İşletmeler, kurumsal vatandaşlık kapsamında, başta insan olmak üzere canlı tabiatına yönelik birçok alanda sorun ile karşılaşmaktadırlar. İşletmelerin etik bir çerçevede yönetimini sağlamak, çevresel sorunlara karşın önlem almak, topluma eğitim ve sağlık alanlarında destek vermek gibi birçok sosyal alanda kurumsal vatandaşlık görevi bulunmaktadır. İyi bir kurumsal vatandaşlık anlayışına sahip olan bir işletme; toplumla olan olumsuz ilişkilerini en aza indirgeyerek, olumlu olanları ise en üst düzeye çıkaracak şekilde anlamalı ve yönetmelidir (Scherer ve Palazzo, 2008: 62). Bu bağlamda işletmeler, yönetim stratejilerinde insan ve doğasına uygun olan; işletmeler açısından yardımcı olunabilecek alanlara karşı stratejiler geliştirmelidirler.

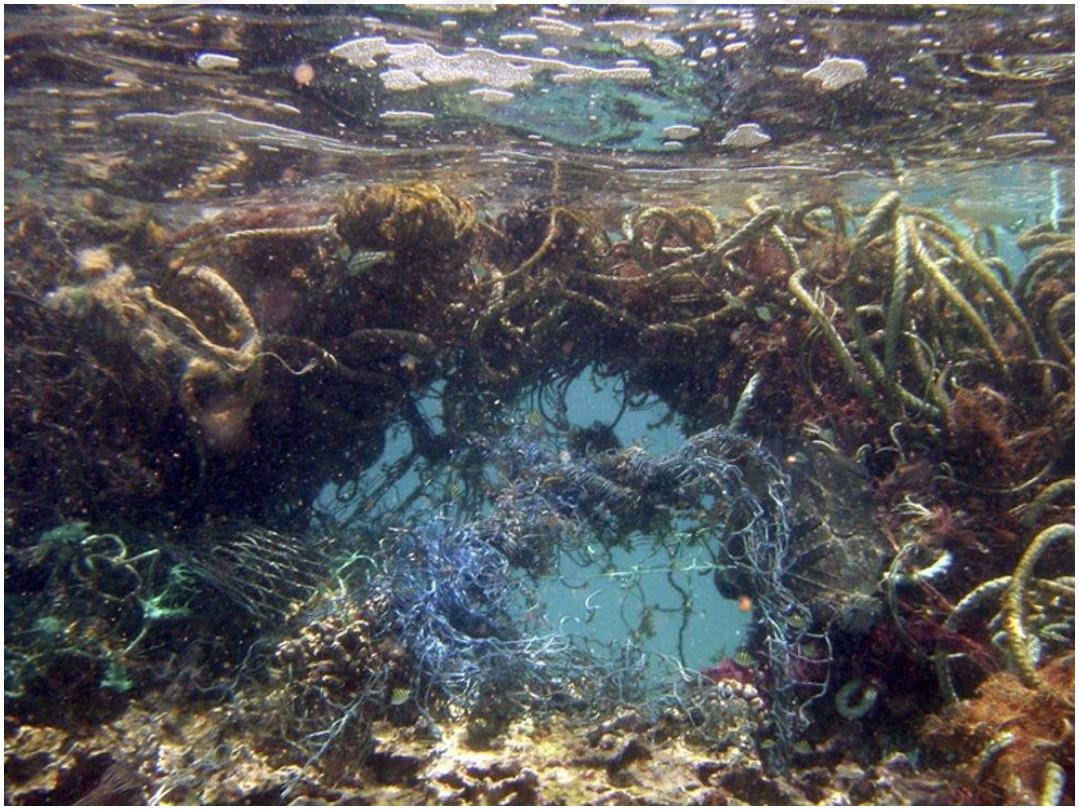
Sosyal sorumluluk faaliyetleri işletmeler için her ne kadar tüm birimlere benimsetilme amacı taşısa da, uygulamada yönetime önemli sorumluluklar yüklemektedir. Yönetim prensibi olarak; insan, çevre ve topluma katkı başlıkları etrafında kurumsal vatandaşlık çerçevesini belirleyen bir işletme yönetimi, karşılaşılabilecek sorunlara karşı daha verimli çözümler üreteceklerdir. Bir başka

ifadeyle, insan ve doğasına dair küresel değişkenleri göz önüne alarak amaç ve hedeflerini oluşturan bir yönetimin, küresel sosyal sorumluluk alanında güçlü bir işletme algısı oluşacaktır.

Kurumsal Vatandaşlık Örnek Vaka:

‘’Okyanus Plastiğinden Üretilen Ayakkabılar (ADİDAS)’’

Plastik atıklar, okyanuslar açısından her geçen gün şiddeti artan bir sorun olarak büyümeye devam etmektedir. Deniz canlılarının plastikleri parçalaması sonucu oluşan küçük birikintiler, zararlı birer yığın haline gelmektedir. ADİDAS, okyanuslarda biriken ve ekosistem için ciddi bir tehlike oluşturan plastik atık problemi için, küresel bir farkındalık oluşturmak amacıyla spor ayakkabı üretmektedir. Tedarik sürecinde geri dönüşümü olmayan malzemeleri en asgari düzeye indirgeyerek kullanmak isteyen ADİDAS, okyanuslardaki plastiklerin temizlenmesi ve işletmelerin tedarik süreçlerine katkıda bulunmak amacıyla bir farkındalık oluşturmaya çalışmakta; daha doğal ve pamuk gibi toprakla iç içe materyallere geçiş yapmak istemektedir.



Şekil 11. Adidas Projesine ait Görsel

Kaynak: https://www.globalcitizen.org/en/content/adidas-teases-first-ever-sneaker-made-from-ocean-p/



Şekil 12. Adidas projesine ait Görsel

Kaynak: https://www.globalcitizen.org/en/content/adidas-teases-first-ever-sneaker-made-from-ocean-p/

Okyanuslardaki plastik atıklarını sona erdirmek ve bu konuda kendi işletme bünyesinde de vizyonel bir dönüşüm hedefleyen ADİDAS, bu amaçla %95'i Maldivler bölgesinden toplanan plastiklerle üretilmiş ayakkabıyı piyasaya sunmuştur. Ürünün tasarımında da renk ve geçişlerde de okyanus esintilerinin bulunduğu bu ayakkabılar, markanın küresel olan bir soruna karşı duyarlılığını göstermektedir.

Çevre temizliği konusunda hassas olan tüketiciler işletmelerin bu konulardaki çalışmalarını dikkate almaktadırlar. ADİDAS, bu projesiyle olumlu bir algı yaratmak dışında, kendi üretim tedarik sürecine de katkıda bulunmaktadır. Buna ilaveten, çevresel sorumluluk duygusuyla hareket eden birçok işletme, toplumun sorunlarına karşı daha duyarlı olma konusunda birbirlerini güdüleyerek doğal yaşamın korunmasına katkıda bulunmaktadırlar.

2.1.2.8. FTSE4Good İndeksi

FTSE şirketi, yönetimsel, çevresel ve sosyal alanlarda giderek zorlaşan ve sayıca da artmaya başlayan kriterleri daha geniş çapta ele alabilmek ve şirketlerin performanslarını ölçmek için yeterli bir indekse ihtiyaç duymuştur. Bu ihtiyaç ile

birlikte 2001 yılında; topluma karşı sorumluluk duyan ticari işletmelerin, yatırımcılar açısından kıyaslama yapmalarını sağlayacak belirli parametreler içeren, şeffaflık sağlayacak FTSE4Good indeksi tasarlanmıştır.

FTSE4Good Indeksi, işletmelerin sosyal sorunlara karşı duyarlı olmasını destekleyen bir yatırım indeksi olmasının yanı sıra, küresel boyutta da kabul görmüş bir yatırım indeksidir. Türkiye' de şu ana kadar endekse dâhil edilmiş tek gıda işletmesi olan NESTLE Türkiye'dir.

''FTSE4Good, sorumlu yatırım endeksi olup, şirket yatırımcılarının dünya genelinde kabul görmüş olduğu kurumsal sorumluluk standartlarını değerlendirilmesine yardımcı olmak için oluşturulmuş; tamamlayıcı gıdaların sorumlu pazarlaması hakkında önemli kriterlerden oluşan kendi türündeki tek endekstir''. (NESTLE, 2017)

FTSE4Good İndeksleri işletmeler tarafından:

I. **Finansal Ürünler:** Endeks izleme yatırımlarının oluşturulmasında kullanılan; finansal araçlar veya fon ürünleri olarak,
II. **Araştırma:** Çevresel ve sosyal kriterleri dikkate alarak sürdürülebilirliği olan şirketleri tespit etmek amacıyla,
III. **Referans:** Şirketlerin sosyal sorumluluk alanında kendilerini değerlendirebilecekleri şeffaf bir ESG (Çevresel, Sosyal ve Yönetim) standardı olarak,
IV. **Kıyaslama:** İşletmelerin sürdürülebilir yatırım portföylerinin performanslarını görebilmeleri amacıyla kullanılmaktadır

Uluslararası kabul almış yönetim kurallarına dayalı olan bu endeksler; çevresel sorunlara yönelik çalışmalar yapmak, evrensel insan haklarını desteklemek, paydaşlarla iletişim geliştirmek gibi kriterler doğrultusunda belirlenmektedir (Özer, 2015: 394). Böylelikle FTSE4Good, işletmelerin performanslarını objektif bir ortamda değerlendirme fırsatı sağlarken, sektörel gelişimine de katkıda bulunmaktadır. Sistemine dâhil olan işletmelerin, şeffaf ve denetime tabi olması, kamu yararına hizmeti beraberinde getirmektedir.

2.3. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

Sosyal hayatın daha nitelikli ve değerli olmasını sağlamak amacıyla, Birleşmiş Milletler tarafından geliştirilmiş olan 17 sürdürülebilirlik hedefi bulunmaktadır. BM'e ait küresel ilkeler sözleşmesinde birçok alanda girişimler

bulunsa da 2030 yılına kadar geçerli ayrı bir hedef stratejisi belirlemişlerdir. Belirlenen bu hedefler birbiriyle ilişkili ve ortak bir amacı temsil etmektedir. Hedeflerin en nihai amacı sürdürülebilir bir gelecek sağlamaktır.



Şekil 13. BM Sürdürülebilirlik Hedefleri

Kaynak: https://turkey.un.org/en

Hedef 1: Yoksulluk Yok!

BM' e göre 836 milyon insan aşırı yoksulluk şartlarında yaşamaktadır. Bu bağlamda, ilk hedef olarak sürdürülebilir iş ortamları oluşturarak, ekonomiyi büyüterek eşitliği sağlayacak teşviklerde bulunmak belirlenmiştir. Birleşmiş Milletlerin 2030'a kadar küresel genişlikteki hedefleri aşağıda sıralanmıştır:

- Tüm insanlar hedef kitle olarak benimsenerek, aşırı yoksulluk içeren şartları ortadan kaldırmak,
- Herkese gereken sosyal koruma sistemleri hizmetini ulaştırmak,
- Bilhassa ekonomik ve sosyal anlamda zayıf kişilerin kadın – erkek ayrımı yapmaksızın eşit haklar sağlamak. Bunun yanı sıra bu kişilere doğal kaynaklar, miras, mülkiyet gibi haklar elde edebilmelerine yardımcı olabilmek,
- Korunmaya muhtaç ve zayıf kişileri sosyal, çevresel, ekonomik değişkenliklere karşı daha hazır bir hale getirmek,

- Yoksulluğun son bulmasına yardımcı olacak tüm araç ve kaynakların işbirlikleri ile mobilize edilmesine imkan tanımak,
- Yoksulluğun son bulması için yerel, bölgesel, ulusal tüm platformlarda uygun işbirlikleri ve teşvik programları oluşturmak.

Hedef 2: Sıfır Açlık

Dünya 'da açlık sınırında olan milyonlarca insan varken, yeryüzünde bulunan yiyeceklerin 1/3 ünün atık hale gelerek israf olduğu saptanmıştır. BM, gıda ve tarım sektörünü insanların yaşam şartlarını iyileştirmede önemli bir alan olarak görmektedir. Açlık ve yoksulluğun insanların hayatında yer almaması için 2030'a kadar nihayete ulaşmak istenilen, gıda ve tarıma yönelik kalkınma hedefleri ortaya koymuştur:

- Kıtlık yaşanan ve açlık bölgesi olarak tanımlanan bölgelerde, bebekler başta olmak üzere tüm insanlar için açlık sorununu ortadan kaldırmak,
- Çocuklarda bodurluk, genç kızların hamilelik ve emzirme dönemlerindeki beslenme dengesi, yaşlı nüfusun bakımı konusunda uluslararası kabul görmüş şartlara uyum sağlamak,
- Balıkçılar, çiftçiler, tarım ile uğraşanlar, mikro gıda üreticilerini destekleyerek üretim ve gelir seviyesinin iki katına çıkarılması; katma değer yaratacak fırsatlara ortam hazırlanması,
- Doğal afetlere yönelik koruyucu politikaların kapasitelerinin arttırılması, sürdürülebilir kaliteli tarım uygulamalarının yer bulması.

Hedef 3: Sağlık Ve Refah

Sürdürülebilir kalkınma amacıyla hedeflerini oluşturan Birleşmiş Milletler, her yaşta sağlıklı bir hayat ve akabinde gerçekleşecek olan refah koşullarına yönelik girişimlerde bulunmak amaçlanmaktadır.

Hedef 4: Kaliteli Eğitim

Dünya'daki birçok oluşum gibi Birleşmiş milletler de sosyal faaliyetlerinde eğitime önem vermiştir. Bu hedefte BM, bireylerin eğitimini donanımlı ve sürdürülebilir kalkınmaya etkisinin olmasına önem vermektedir. Lokal eğitim anlayışından çıkarak daha evrensel nitelikte eğitimler ve bu eğitimleri sağlayacak eğitimci ve fiziki şartların oluşturulması hedeflenmektedir.

Hedef 5: Cinsiyet Eşitliği

Teknoloji ve bilimin ışığında her ne kadar beşeri sorunlar azalıyor gibi görünse de yeryüzünde kadınlar ve kız çocuklarına yönelik eşitsizlikler devam etmektedir. BM' in analizine göre kadınlar ve kız çocukları eğitim, sağlık, iş, sosyal yaşam, finansal ve birçok farklı alanlarda erkeklere oranla daha dezavantajlı grupta yer almaktadır.

BM' in bu hedefindeki nihai amaç, kadınların güçlenmesini sağlayacak ortam hazırlamaktır. Bu bağlamda tüm kadınların ve kız çocukların hayat standartlarını kaliteli hale getirmek istenmektedir. Bir başka ifadeyle çocukluktan ilerleyen yaşlara kadar tüm kadınları yasal mevzuatlarla koruyarak onları daha etkin ve refah seviyesi yüksek şartlar oluşturarak fırsat eşitliği tanınması hedeflenmektedir.

ABD'de 1960' lı yılların ortasında cinsiyet eşitliğini iş ortamında sağlamak için iş tanımlarında bazı revizyonlara gidilmiştir. Bu değişimler sayesinde iş yerlerinde erkek ve kadın personeller arasında cinsiyet ayrımı ortadan kaldırılmak için bir fırsat olarak görülmüştür (Boone ve Kurtz, 1990: 43)Bu değişimler tablo 2.5. 'deki gibidir.

Tablo 2.5. İş Tanımlarındaki Değişimler

Eski İş Başlığı	Yeni İş Başlığı
İtfaiyeci Adam	İtfaiyeci
Polis Adam	Polis Memuru
Postacı Adam	Posta Taşıyıcı
Satıcı Adam	Satış Personeli
Usta Adam	Gözetmen
Ev kadını	Ev Yapımcısı
Kongre Üyesi Adam	Kongre Üyesi/Temsilcisi
Kameraman	Kamera Operatörü
Hostes	Uçuş Görevlisi / Kabin Memuru
Temizlikçi Kadın	Otel Oda Hizmetlisi
Şarkı ve Dans Adamı	Şarkı ve Dans Personeli

Kaynak: (Boone ve Kurtz, 1990: 43)

Hedef 6: Temiz Su Erişimi ve Sağlıklı Kaynaklar

BM' göre yeryüzünde insanoğlu ve diğer canlılar için yeterli miktarda tatlı su bulunmaktadır. Fakat su kaynaklarının bilinçsiz kullanımı, kaynakların tahribatına yol açan yapılanmalar, ekonomik altyapı yetersizliği vb. nedenlerden dolayı mevut kaynaklara erişim zorlaşmaktadır.

Son yıllarda su kaynaklarının önemi giderek anlaşılmaktadır. BM dünyadaki nüfusun %90'ının kullanabilir su kaynağına sahip olduğunu belirtmektedir. Ancak özellikle kuraklık problemi yaşayan ve ekonomik olan bazı ülkelerde su erişimi konusunda çalışmalar yapılmasını hedeflemektedir. Kamu yararını gözetmek amacıyla mikroorganizmaların arındırılmasıyla insan sağlığına uygun hijyenik koşulların sağlanmasıyla oluşan sağlıklı kaynaklar ile hijyen sürekliliği sağlanmak istenilmektedir.

Hedef 7: Satın Alınabilir ve Kullanılabilir Enerji

Dünya'nın beşeri döngüsünde enerji önemli bir konumdadır. İş, sağlık, zaman, teknoloji, tarım ve daha sayısızca alanda enerjiye ihtiyaç duyulmaktadır. Günümüz teknoloji ortamına göre, enerji verimliliğinin iyi bir gelişimde olduğunu söylemek güç bir ifadedir. BM sosyal sorumluluk raporuna göre, dünyada temiz gıda pişirme enerjisine sahip olmayan ve hava kirliliğine maruz kalarak yaşayan yaklaşık 3 milyar insan bulunmaktadır. Bu rakamın günümüz teknolojisi ve koşullarında ele alındığında oldukça yüksek bir oran olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda BM'in enerji konusunda 2030'a kadar gerçekleştirmek istediği hedefleri şu şekildedir:

- Güvenilir ve modern enerji sistemlerine makul maddi bedellerle ulaşımın sağlanması,
- Küresel anlamda yenilenebilir enerji oranının yaygınlaşması,
- Enerji verimliliğinin bulunduğu orandan 2 katına çıkarak ivme kazanması,
- Enerji kullanımına ilişkin temiz enerji teknolojileri bağlamında ulusal işbirliklerinin kurulması ve arttırılması,
- Ülkelerin enerji gelişmişlik altyapı düzeyleri incelenerek gerekli altyapı ve yükseltme teknolojileri sağlanmasında desteklerde bulunulması.

Hedef 8: Çalışılabilir Nitelikte İş ve Ekonomik Büyüme

Dünya nüfusunun hızla artmasına oranla, insanların çalışma koşullarının hala olması gerektiği gibi iyileştirici niteliklere sahip olmadığı bölge ve alanlar bulunmaktadır. Bu durum ardında birçok olumsuz sonuç doğurmakla birlikte refah düzeyini etkilemektedir. Özellikle Afrika, Asya ülkelerinde çalışma ortamlarına yönelik iyileştirmeler yapılmak istenilmektedir. Tarım, bankacılık ve ticaret altyapıları güçlendirilerek; çevreye zarar vermeden toplumun kaliteli bir iş çevresinde çalışması arzu edilmektedir

BM 'in hedeflerine göre sürdürülebilir bir ekonomi ve çalışma ortamı sağlanarak insanların daha nitelikli işlerde bulunmasına önem verilmektedir. Nitelikli ve güvenli bir iş kültürü, toplumun refah ve sağlığının korunmasına ve hatta uluslararası platformlarda tanınmasını katkıda bulunur (Siegrist ve Wahrendorf, 2013: 315). Uygun çalışma imkânları ve iş alanlarına yönelik BM'in hedefleri şu şekilde ifade etmek mümkündür:

- İş ortamlarında uygulanabilir ölçüde standartlaşmayı sağlayarak; gayri safi hasıla içerisinde %7 oranında bir gelişme sağlamak,
- Emek ve teknolojinin yoğun olduğu ve katma değer yaratacak ekonomik üretkenlik alanları oluşturmak,
- Mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerinin kurumsallaşmasını sağlamak; inovasyon, girişimcilik hareketlerini destekleyen teşviklerde bulunmak,
- 10 yıllık sürdürülebilir üretim ve tüketim politikaları benimsenerek 2030 yılına kadar elverişli ülkelerle, çevresel hasar oluşturmadan ekonomik büyümeyi sağlamak,
- Toplumun her kesimin de cinsiyet ayrımı gözetmeksizin eşit değerde iş ortamı sağlayarak tam istihdamın sağlanması; bu hedefin içinde engelli ve gençlerin de dâhil edilerek üretkenliğin arttırılmak,
- 2020 yılında istihdam, eğitim alanlarında gençlerin yoksunluğunun mümkün olduğunca bitirmek,
- Modern kölelik olarak atfedilen çocuk işçiliğinin tamamen ortadan kaldırılması ve bu konuda gerekli önlem ve düzenlemelerin vakit kaybetmeden yapmak,

- Mültecilerin özellikle de kadın nüfusun güvenliği ve yaşam alanlarını koruma altına almak ve göçmenlerin güvenli ve sağlıklı iş ortamlarında çalışmalarına ortam hazırlamak,
- Lokal kültür ve ürünlerin, ülke turizmine katkı sağlayacak şekilde sunum ve iş önerilerini desteklemek,
- Lokal finans kuruluşlarını desteklemek,
- Az gelişmiş ve halen gelişim göstermekte olan ülkelere ticari yardımlarda bulunmak,
- 2020 yılına kadar gençleri küresel boyutta istihdam faaliyetlerine dâhil etmek ve Uluslararası İş Örgütünün, küresel iş paktını hayata geçirmek.

Hedef 9: Sanayi ve İnovasyon Teşvikleri ile Altyapı Yatırımları Üretmek

Küresel gelişim ve sürdürülebilir bir ekonomik gelişme için sosyal ve teknik altyapıların güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu alanda eksiklikler olduğunu ifade eden BM, imalat, ulaşım, kitlesel iletişim altyapıları, tarım ve sanayi alanlarında verimliliğin artırılması gerekliliğine değinmektedir. Bunun da ancak daha fazla yatırım ve teşviklerle oluşturulabileceği öngörülmektedir. Bu bağlamda BM'in 2030 yılına kadar belirlemiş olduğu hedef 9 içeriği aşağıdaki gibidir:

- Tüm insanlar için adil bir politika benimsenerek; güven, nitelik, sürdürülebilir, dinamik bir bakış açısıyla; refah düzeyini arttıracak altyapı çalışmalarını desteklemek,,
- Geniş yelpazeye sahip bir sanayileşme anlayışını yerleştirmek ve bu bağlamda gayri safi yurt içi hasıla içindeki payını arttırmak,
- Ülkelerin kendi beşeri altyapılarına uygun olarak sürdürülebilir ve çevreye duyarlı endüstriyel teknolojilerin benimsetilmesi,
- Gelişmiş ülkelere öncelik tanınarak, ülkelerin ARGE çalışan nüfusunun artırılması ve bütçe teşviklerinin genişletilmesi,
- Gelişmekte olan Afrika gibi ülkeler veya küçük adalardan oluşan geri kalmış bölgelere finansal ve teknolojik altyapı desteklerinde bulunarak esnek bir altyapıya erişimin sağlanması,

- Endüstriyel çeşitlilik ve katma değer oluşturabilmek için ülkelerin sınır bölgeleri çerçevesinde kalan alanlarda ARGE çalışmalarının desteklenmesi,
- Kaçınılmaz önemlilikte olan internete, uygun ve elverişli bir fiyat da en az gelişmiş ülkelerin dahi erişimine katkıda bulunulması.

Hedef 10: İnsanlar Arasındaki Eşitsizliği Ortadan Kaldırmak

Teknolojik gelişmeler ve eğitimin etkisi ile birlikte insanların yoksulluğuna yönelik haksız politikalar ve tutumlar gün geçtikçe azan bir olgu olsa da insanlar arasındaki haksızlıklar günümüzde hala var olmaktadır. Özellikle gelişmekte olan küçük bölgeler, sahil yerleşkeleri ve savunmasız duruda olan ülkelerde hala sağlık ve eğitim standartlarında eşitsizlik bulunmaktadır.

Dünyanın tamamında bu eşitsizliği ortadan kaldırmayı hedefleyen BM, marjinal grupların problemlerine daha hassasiyet gösterilmesi gerektiği ve dezavantajlı gruplara evrensel bir yaklaşımda olunması gerektiğine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda BM'in eşitsizlikleri ortadan kaldırmak için 2030'a kadar gerçekleştirmek istediği hedefleri şu şekildedir:

- Nüfusun %40'nın gelirinin, ulusal gelir ortalamasına denk gelmesi ve gelir artışında istikrarın sağlanması,
- Hiçbir demografik ve etnik ayrımda bulunmaksızın tüm insanların sosyal, ekonomik ve siyasi açıdan katılım göstermelerinin sağlanması,
- İnsanlar arasında ayırım ve eşitsizlik sonuçlarını doğuran tüm politika ve uygulamaların kaldırılması,
- İnsanlar arasındaki eşitliğin güçlenmesini sağlayacak mali politikaların geliştirilmesi,
- İnsanların ani göç hareketlerinde plan, düzen, sistem, güvenlik, sorumluluk bilinci ile değişim gösterecek nizamı sağlamak,
- Ülkeler bazında en az gelişmiş olan ülkeler, Afrika ve sahil ülkelerinde mali akışlarını desteklemek kaydı ile ulusal plan ve politikalara uygun kalkınma teşviklerinden yararlanmalarının sağlanması,
- Göçmenlerin bankacılık işlemlerinde havale komisyon kesintilerinin %3 'ün altına indirilmesi.

- Havale ücreti %5 in üzerinde olan kısıtlamaların ise ortadan kaldırılması hedeflenmektedir.

Hedef 11: Sürdürülebilir Şehirler

Kentler insanoğlunun temel yaşam alanı haline dönüşmüştür. Bunun sonucu olarak şehir merkezlerindeki altyapıların insanların ihtiyaçlarına cevap verirken doğal yaşam döngülerine de zarardan kaçınılmak istenilmektedir. Bu bağlamda BM, 2030'a kadar aşağıdaki hedeflerini ortaya koymuştur:

- Gecekondu bölgelerinin düzeltilerek daha yaşanabilir güvenli ve uygun bütçelere hitap edebilecek konut üretiminin sağlanması,
- Yardıma muhtaç kişiler, kadın ve çocuklar başta olmak üzere karayolu ulaşım kanallarının güçlenmesi ve kamu ulaşımının arttırılması,
- Dünyanın tamamında kültürel ve doğal mirasları korumak ve muhafaza edilmelerini sağlamak,
- Doğal felaketler ve tedbirsizlikten kaynaklanan ölüm oranlarının yarattığı ekonomik zararları dikkate değer oranda azaltmak,
- Çevresel atık konusuna yoğunlaşarak, kentlerde temiz hava ortamının oluşturulmasının sağlanması,
- Afetlere yönelik politikalar geliştirerek, afet risk yönetimini sağlamak.

Hedef 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim Politikaları

Kaynakların kıtlaştığı ve doğan ürün tüketiminin gün geçtikçe azalan seviyelerde olması açısından sürdürülebilirlik konusu önem arz etmektedir. Dünya'da doğal kaynakların hammadde olarak kullanımından kaynaklı artan kıtlık, üretim politikalarında da farklı bir bakış açısına ortam hazırlamaktadır. BM'e göre günümüz üretici ve tüketicileri ‘’daha az malzeme ile maksimum verim sağlayarak; uzun süreli kullanım ve çevresel konularda da farkındalık oluşturabilmektedir. Böylelikle standartlar ve ambalajlar aracılığıyla bilginin tüketiciye ulaşması sağlanarak, sürdürülebilir kamu alımlarının da ilgisi üzerinde durulmaktadır. BM'in üretim ve tüketim konusuna ilişkin sorumluluk hedefleri şu şekildedir:

- Uzun vadeli üretim ve tüketim politikaları oluşturularak sürdürülebilirlik çerçevesinde politikaları uygulamak,

- Gıda kayıpları ve tahribatına yönelik önlemler alarak, zarar oranlarında azalım göstermek,
- İnsan ve doğaya zarar verebilecek her türlü kimyasala karşı önlem alarak yayılımlarının engellenmesi,
- Geri dönüşüm ve ikinci el kullanım teknikleriyle atık oluşumunun en aza indirgenmesi,
- Tüm insanların sürdürülebilirlik konusunda eğitilmesi, bilinçlendirilmesi ve kamuoyunda farkındalık oluşturulması,
- Sürdürülebilir yerel turizmin kalkınması için teşviklerde bulunulması,
- Bölgelere göre vergilendirmelerin revize edilmesi ve devlet tarafından yapılan sübvansiyonların zararlı olanlarının tespit edilerek ortadan kaldırılması.

Hedef 13: İklim Değişikliği ve Etkileri için İvedilikle Yapılacaklar

İklimsel değişiklikler tüm dünyayı etkisi altına alan bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Hava ve su kaynaklarındaki kirlilikler, sera gaz yayılımlarının yüksek seviyelere çıkması, deniz seviyelerindeki değişimler uluslararası bir sorun haline gelmiş durumdadır. Ülkeler artık daha uygun ölçekteki finansal çözümler aracılığıyla bu sorunlara karşı durmaya çalışmaktadırlar. Ancak ne kadar önlem alınsa da küresel problemler ulusal sınırları tanımaksızın, bir sorun olarak ilerleyişini sürdürmektedir. Bu gelişmelerin akabinde BM aşağıdaki hedefleri ortaya koymuştur:

- Tüm coğrafyalarda şiddetli iklimsel değişkenlikler ve doğal afetlere karşı kapasite altyapılarının dayanıklılığının arttırılması,
- Ulusal politika ve uygulamalarda iklim değişikliklerine yer verilmesi,
- İklim değişikliklerinin etkilerine yönelik kişi ve kurumlarının bilinçlendirilmesi
- BM tarafından geliştirilmiş olan ‘’BM İklim Değişikliği Çerçevesi Sözleşmesi’’ni gelişmiş ülkeler tarafından uygulanmasını sağlamak ve ‘’Yeşil iklim Fonu’’ nu en kısa sürede hayata geçirmek.

Hedef 14: Su altı Yaşamın Korunması ve Sürdürülmesi

Medeniyetin başlarından itibaren okyanus, deniz ve su kaynakları gerek beşeri gerekse ticari hayat için önem taşımıştır. Günlük yaşam, sahil sınırları, uluslararası ticaret, turizm sektörü, gıda sektörü ve daha birçok alan denizlerin

oluşturduğu sonuçlardan etkilenerek karşımıza çıkmaktadır. En önemli küresel kaynaklardan olan su kaynaklarına günümüzde dikkat ettiğimizde ne yazık ki tahribata uğradıklarını görmekteyiz. Kıyı bölgelerindeki kirlilik, aşırı avlanma, kimyasal atıklar ekosistemde bozukluğa sebep olmakta ve biyo-çeşitliliğe zarar vermektedir. BM, su kaynaklarının korunması ve ekosisteminin ayakta durması için aşağıdaki hedefleri belirlemiştir:

- Denizlerde kirliliğine ve deniz enkazına sebebiyet veren karasal faaliyetlerin önlenmesi,
- Su altı ekosistemi canlandırmak ve güçlendirmek için gerekli düzenlemelerin yapılması,
- Bilimsel bir çerçevede gerekli işbirlikleri kurularak okyanus asitleşmesinin engellenmesi veya azami sınıra indirilmesi,
- Avlanma konusunda sınırlamalar getirilerek, gerekli eğitimler verilerek biyo-çeşitlilik hareketinin sağlanması ve deniz canlı neslinin korumaya alınması,
- En etkin bilimsel mekanizmalar ile ulusal ve uluslararası sınırları aşan bölgelerde kıyı ve deniz alanlarının en az %10unun korunması,
- Dünya Ticaret Örgütünün balıkçılar için geliştirmiş olduğu sübvansiyonlar rehber olmalıdır. Aşırı ve kaçak avlanmaya ilişkin farklı muameleler içiren sübvansiyonlar ortadan kaldırılması,
- Su ürünleri ve deniz turizmi desteklenerek, az gelişmiş veya gelişmekte olan küçük adaların ekonomik faydalarını arttırmak,
- Küçük ölçekli balıkçıların teşvik edilerek deniz ürünleri pazarlarına ulaşımına olanak verilmesi.

Hedef 15: Ormanların Yaşaması ve Sürdürülebilirliğinin Sağlanması

Biyo-çeşitlilik ve ekosistem dengelerinin bozulduğu bir dönemde, ormanlar canlılar için önemli bir yaşam alanı olarak kabul görmektedir. Son yıllarda artan orman yangınları, çölleşme ve insan faaliyetlerinden kaynaklanan sorunlar tahribata yol açmıştır. Bu tahribatlar, insanlar ve diğer canlıların yaşam kaliteleri ve biyo-çeşitliliği doğrudan etkileyen bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kültürümüzde olan köy hayatı ve yaşamsal faktörleri, yerini kentsel yaşama bırakmıştır. Kent hayatına geçiş ile birlikte; trafik, yeşil alan kıtlığı, temiz hava gibi

canlı gereksinimleri olması gereken kalitede karşılanamamaktadır. Bu bağlamda ormanların korunması ve hatta daha geniş alanlara yayılması açısından ekosistem ve toplumun psikolojik refahından da önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bahsedilen problemlerin ışığında BM, belirli hedefler oluşturmuştur:

- Ormanlar, sulak araziler, dağlar ve kurak bölgelerde gereken düzenlemelerin yapılarak uluslararası anlaşma yükümlülüklerine uygun olarak korunması ve sürdürülebilir bir noktaya getirilmesi,
- Doğal afet, insani faaliyetler vb. nedenlerden dolayı orman tahribatına yol açacak her türlü ormansızlaşma sorununu durdurmak,
- Küresel boyutta ağaçlandırma projelerini desteklemek ve yapmak,
- Kimyası bozulmuş toprakların iyileştirilerek ormanlara kazandırılması, kurak bölgelerdeki sorunların giderilerek verimli alanlar haline dönüşümünün sağlanması,
- Dağ ekosistemleri korunarak, yasak avlanma ve kıtlık yaşanana türlerle ilgili gerekli tedbirlerin alınması ve politikaların uygulanması,
- Doğal dengeye zarar veren istilacı canlıların kontrol altına alınarak yok edilmesi,
- Sürdürülebilir orman yaşamı için oluşturulan maddi teşviklerin, tüm ülkelerin ihtiyaç oranlarına göre kaynak olarak iletilmesi.

Hedef 16: Adil, Barışçıl ve Güçlü Toplumların Oluşmasına Destek Olmak

Uluslararası ortak problemlerden birisi de sağlıklı toplumların oluşmasında yaşanan zorluklardır. Çocuklara ve kadınlara yönelik şiddetler, cinsel tacizler, insan kaçakçılığı yapan kişi veya gruplar, artan orandaki cinayet vakaları toplumların refahının sürdürülebilir olması için aşılması gere ciddi problemlerdendir. Bu nedenle daha etkili ve tüm sorunlara cevap verebilecek nitelikte politikalar geliştirilmelidir. Bağımsız insan haklarının oluşturulduğu ve devlet bütçesiyle desteklendiği bir ortamda, daha barışçıl ve medeni toplumların gelişmesi arzu edilen sonuç için gerekli tedbirlerdendir. Bu bilgilere göre BM' in hedefleri aşağıdaki gibidir:

- Başta çocuk ve kadınlar olmak üzere, her türlü şiddet, taciz, saldırı, insan ticareti gibi gayri resmi ve ahlaki olaylara engel olmak ve son vermek,
- Herkese adil şartlar tanınarak, hukukun üstünlüğüne teşvik etmek,

- Yolsuzluk ve rüşveti azaltarak, hesap verilebilirlik ilkesinin benimsenmesini sağlamak,
- Tüm insanlara yasal kimlik hakkı oluşturmak ve temin edilmesine imkân vermek,
- Ayrımcılık içermeyen ulusal nitelikte yasa ve politikaların hayata geçirilmesi.

Hedef 17: Sürdürülebilir Kalkınmada İşbirlikleri Oluşturmak

BM'e göre sürdürülebilir kalkınma için tek bir otorite çalışması değil, topluma değer katacak tüm kurum ve otoritelerle iş birliği yapılmalıdır. Küresel anlamda toplumların karşılaştığı problemler bölgeden bölgeye sayısız bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu durumun sonucu olarak ise mali bir güç ve bütçe yönetimi konuları da önem kazanmaktadır. Ulaşım, enerji ve altyapı ile birlikte teknolojik gelişmelere yönelik altyapı çalışmaları da desteklenmelidir. Bu kaynakların mobilize edilerek denetim ve gözetim kurumları vasıtasıyla faaliyetleri aha etkin hale getirilmelidir. Bu dinamikle ışığında BM'in hedefleri aşağıdaki gibidir:

- Ülkelere kaynak mobilizasyonu konusunda gereken desteklerin sağlanması ve vergilendirmede yerel kapasitelerin güçlendirilmesi
- Bilim, Teknoloji ve inovasyona önem verilerek uluslararası düzeyde işbirlikleri oluşturularak mekanizmalar kurulması,
- Küresel ortaklıklar kurularak, gelişmiş ülkelerinden kaynaklarından faydalanılarak ihtiyaç olan bölgelere ulaştırılması,
- Az gelişmiş ülkelere teşvik, gelişmekte olan ülkelere ise mali durumlarını ve borçlarını yönetmekte destek olarak sürdürülebilir bir ekonomi oluşturmalarını sağlamak,
- Adil, dürüst, güvenilir bir rekabet ortamında ülkelerin ihracat çalışmalarına destekte bulunarak evrensel bir ticaret kültürü oluşturmak.

2.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

KSS kavramanın işletmeler açısından 1950'li yıllardan itibaren artan önemi, 1970'li yıllarda farklı modellerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Nihai amaç olarak, KSS bilincini geliştirme ve verim sağlama amacı taşıyan bu modeller, 1970 yıllarından itibaren günümüze değişken önermelerle gelmiştir. Oldukça detay ve

başlıkları içerisinde bulunduran bu modeller, birbirini takip ederek ve üzerine yeni tezler ilave edilerek gelişme kaydetmektedir.

KSS modelleri ve kapsamları, KSS'nin tarihsel gelişimi dikkate alınarak aşağıdaki ayrıntılı şekilde ele alınmıştır.

2.4.1. Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Kurumsal sosyal performans modeli ilk olarak, KSS ve Kurumsal performans arasındaki farkları tespit eden Sethi tarafından 1975 yılında ortaya atılmıştır. Mevcut modelde amaç KSS için yönetime bir çerçeve oluşturmak ve uygulanan sosyal sorumlulukları ölçmektir.

2.4.2. Carroll Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Kurumsal sosyal sorumluluk için geliştirilmiş olan modellerin, literatürde en yaygın olarak kullanımı Carroll tarafından üç boyutta ele alınmıştır:

I. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Unsurları
II. Sosyal Eğilim Felsefesi
III. Katılım Gösterdiği Kurumsal Sosyal Konular

Bu üç görüş birbiriyle etkileşimli olan kurumsal sosyal performans ölçütlerinin, ayırt edici özelliklerini içermektedir (Carroll, 1979: 503). Carroll tarafından geliştirilmiş olan kurumsal sosyal performans modeli, KSS'nin uygulamadaki yaygınlığı ve literatürde sıkça yer almasıyla birlikte Wartrick ve Cochran, daha sonra ki zamanlarda ise Wood tarafından geliştirilerek ele alınmıştır. Carroll(1999:2008)'a göre; kurumsal sosyal performans modeli, paydaş teorisi, kurumsal vatandaşlık kavramları derinlemesine temalar içermektedir.

Şekil 2.5. Carroll Kurumsal Performans Modeli



Kaynak: (Carroll, 1979: 503' deki açıklamalardan faydalanılarak oluşturulmuştur.)

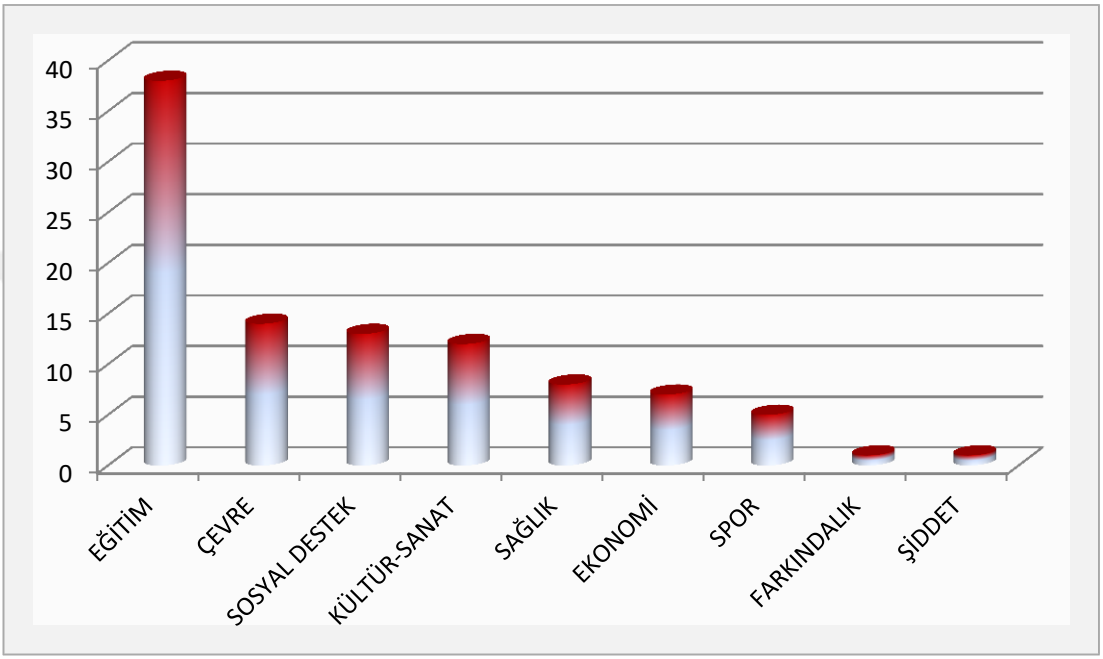
KSS unsurları, (bknz.s.3) Carroll tarafından 1991 yılında geliştirilmiş dört başlıktan oluşmaktadır. Carroll'un işletmelerin kar elde ederken bulundukları topluma karşı da sorumlulukları olduğu görüşünü içeren bu model; ekonomik sorumluluk, yasal sorumluluk, etik sorumluluk ve hayırseverlik temalarından oluşmaktadır.

Sosyal eğilim felsefesi; yönetime, işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri yerine alternatif oluşturan bir basamaktır. Bu felsefe yöneticiler açısından kendi sorumluluk misyonlarını temel anlamda benimsemelerine ve sosyal alanlarda çalışma yapmalarını hedefleyen bir anlayıştır. Bir başka ifadeyle, işletmelerin başlıca sosyal sorumlulukları hakkında belli bir tanımlayıcı çerçeve oluşturmaları; işletmenin uygulayacağı sosyal sorumluluklar üzerinde derinlemesine sorunlara dalmadan kolaylıkla bir süreç geçirmesini (Carroll, 1979: 5002) işletmenin sorumluluk alanlarına yoğunlaşarak verimli bir hareketlilik halinde olması içermektedir. Bu anlayış sayesinde yöneticilerin, işletmeyi ilgilendiren ve yanıt verebilecekleri sosyal sorunlara yönelik yükümlülükleri yerine getirmeleri kolaylaşmaktadır.

İşletmenin Katılım Gösterdiği Sosyal Konular, Carroll'un performans modeli anlayışına göre dinamik bir yapıya sahiptir. Sosyal konuların da tıpkı beşeri yaşam

gibi değişken bir yapıda olması işletmelerin eğilim gösterdiği sosyal konuları ve sorumluluklarını da etkilemektedir.

Bir işletmenin sosyal konular hakkındaki sorumluluğu, faaliyet alanı veya misyon olarak benimsediği ilkelere göre değişebilmektedir. Örneğin, bir işletme çevre konusunda daha duyarlı iken, bir başka işletme hizmet veya hissedarlara yönelik sorunlar konusunda çalışmalar yapabilmektedir.



Şekil 2.6. Türkiye KSS Proje Alanlarının Dağılım Grafiği

Kaynak: İNGEV (İnsani Gelişme Vakfı) Mart 2019 KSS Raporu s.6)

İNGEV'in 746 KSS projesi inceleyerek Mart 2019'da yayımlamış olduğu raporda, Türkiye' deki sosyal sorumluluk alanlarının, örneklem yüzdelik dağılım grafiği yukarıdaki gibidir. İşletmelerin katılım gösterdiği sosyal konular, Carroll'un geliştirdiği modeldeki (paydaşlar, iş ve hizmet güvenliği, modelde ayrımcılık, çevrecilik ve tüketicilik) başlıklara ilaveten geniş bir yelpazeye ulaşmıştır. Küreselleşmenin etkisi ve işletmelerin sosyal sorunlara olan farkındalıkları ile birlikte kurumsal performans başlıkları değişkenlik göstermektedir.

2.4.3. Wartick ve Cochran Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Wartrick ve Cochran (1985), kurumsal sosyal performans modelini geliştirmiştir. Bu modelde daha önce Carroll tarafından ileriye sürülmüş olan modele göre farklılıklar görülmektedir. Wartrick ve Cochran'ın KSS modeli; motive edici

ilkeler, kurumun davranışsal süreçleri ve kurumun politikaları olmak üzere üç boyuttan oluşturularak (Wood, 1991: 693) işletmelerin toplumsal sorunlarını yönetmek için tasarlanmıştır.



Şekil 2.7. Wartick ve Cochran Kurumsal Performans Tablosu

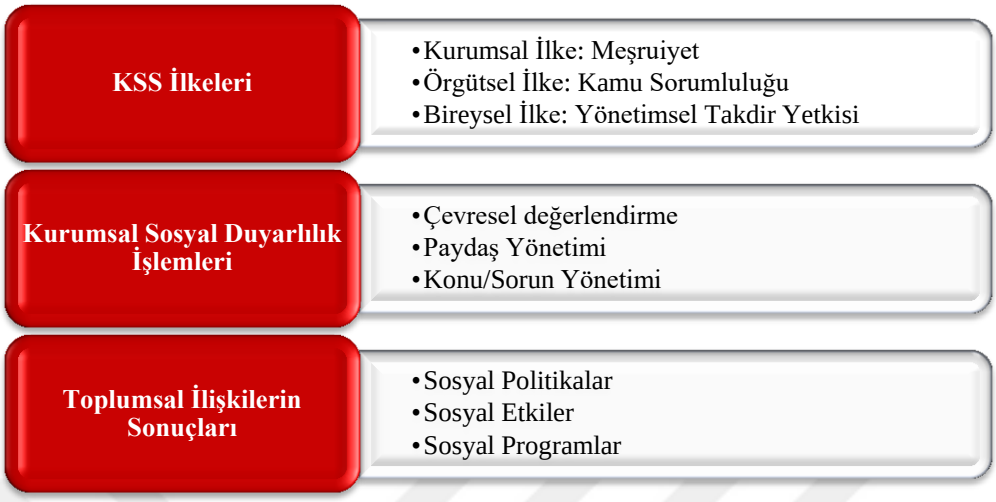
Kaynak: (Buscompe, 2018: 42)

Wartick ve Cochran'ın KSS Modelinden yararlanarak çalışmak isteyen bir araştırmacı, sosyal sorumluluk ilkelerinin şirketin KSS performansını ne kadar etkilediğini, işletmenin sosyal duyarlılık süreçlerinin kullanımını ve geliştirilen politikalarla işletmenin toplumsal ilişkilerini yönetmede oluşan sosyal performansını ölçümleyebilmek için değerlendirebilir (Wood, 1991: 693). Bu modeldeki ilkeler başlığında, işletme açısından sosyal statüde geçerli sorumluluklar hedeflenirken; süreçler kısmında işletmelerin değişen ve gelişim halinde olan toplumsal zorluklara karşı yönetimsel cevap verebilmek, politikalar kısmında ise verimli stratejilerle işletmeyi risk altında bırakabilecek olaylara karşı hazırlıklı olmak amaçlanmaktadır.

2.4.4. Wood Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Carroll'a ait KSS Performans modeli, gelişen ve artan ihtiyaçlar doğrultusunda Wartick ve Cochran'dan sonra, tarafından da 1991 yılında geliştirilmiştir. Wood'un modelinin bileşenleri, felsefe tarihinin etik prensiplerini yansıtmaktadır(Pierick, Beekman, Weele, Meeusen, Graaff, 2004: 14). Wood

(1991)'a göre kurumsal sosyal performans; bir işletmenin, sosyal sorumluluk ilkeleri, sosyal hassasiyet süreçleri ve işletmenin toplumsal ilişkilerinin sonuçları ile ilgilidir.



Şekil 14. Wood Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Kaynak: (Wood, 1991:694)

Wood'un sosyal performans modeline göre KSS, kurumsal, örgütsel ve bireysel olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır:

Kurumsal ilke, işletmelerin KSS uygulamalarının toplum nezdinde ve sosyal çevrede meşruiyet kazanmış olması gerekliliğini içermektedir.

Örgütsel İlke, işletmenin topluma karşı olan sorumluluklarının farkındalığı ile ilgilidir.

Bireysel ilke, daha çok yöneticilerin sorunlar hakkındaki yaklaşımlarını incelemektedir.

2.4.5. Kurumsal Sosyal Girişim Modeli

Kurumsal sosyal girişimi, '' *Sosyal amaçları desteklemek ve KSS sorumluluklarını yerine getirmek için kurum tarafından başlatılan geniş çaplı faaliyetler''* olarak tanımlayan Kotler ve Lee(2017) tarafından geliştirilmiş bir modeldir. Bu modele göre, KSS alanında yapılmış olan girişimler incelenmiş ve altı seçenek belirlenmiştir.



Şekil 15. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri Grafiği

Kaynak: (Kotler, Lee, 2017: 23-25 'den faydalanılarak oluşturulmuştur.)

Sosyal Amaç Teşvikleri: Bu ilkeye göre işletmeler, sosyal sorumluluk için kamuoyunda bir farkındalık oluşturmalıdır. Toplumun sosyal problemlere karşı katkısının artması için, bağış toplamak, gönüllü bireylerin maddi - manevi desteklerini kabul etmenin yanı sıra; işletmeler kendi bünyelerinde sosyal sorumluluk çalışmaları yaparak toplumun sosyal problemlere karşı ilgisini çekmelidir.

Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama: Hayırsever bir davranış modeli geliştirmeye çalışan işletmeler, bir yardım kurumu ile anlaşarak onlara bağış yapmayı taahhüt eder. Bu bağış şekli genellikle üretilen bir ürünün satımında, belli bir yüzdeliğin anlaşılan kuruma verileceğini içerir. Bazı tüketiciler açısından olumlu karşılanan bu durum bazı tüketiciler açısından ise, salt satışları arttırmak için yapılan bir girişim olarak görülmektedir.

Kurumsal Sosyal Pazarlama: Kotler ve Lee (2015)'ye göre kurumsal sosyal pazarlama, toplumdaki bireylerin sağlık, güvenlik, yaşam standartlarının gelişmesi, refahlarını arttırmaya yönelik olan ilkeleri içerir. Bu ilkenin nihai amacı, bireylerde görülen olumsuz alışkanlık ve tepkilere yönelik, davranış değiştirme tutumudur. Örneğin basın – yayın organlarında rastladığımız alkol ve tütün kullanımına yönelik kamu spotu reklamları, kullananların karşılaşabileceği olumsuz durumları

içermektedir. Bu tarz kamu spotları, toplumun sağlığını ön planda tutan ve kişilerin kötü alışkanlıklarını yok etmeyi amaç edinen içerikler üretmektedir.

Kurumsal Hayırseverlik: Bu anlayışa göre işletmeler, bir kuruma nakit yardım veya hibelerde bulunarak destek verir. Son yıllarda, kurumsal vatandaşlık bağlamında önemli bir yere gelen kurumsal hayırseverlik, bazı çıkar grupları arasında arzu edilen bir uygulama alanı (Balıkçıoğlu ve Karacaoğlu, 2007: 132) olarak geçici ve dönemsel faaliyetleri içermektedir.

Toplum Gönüllülüğü: Bir işletmenin sosyal bir fayda sağlamak amacıyla; çalışanlarını, ortaklarını, üyelerini çalışma saatleri içerisinde gönüllü faaliyetlerde bulunmasına olanak tanımasıdır. Genellikle şirketin faaliyet alanıyla sahadaki sosyal sorunun örtüştüğü bu anlayış, işletme personelinin gönüllü olarak çaba göstermesidir.

Sorumluluk İçeren İş Uygulamaları: Bu uygulamalar bir işletmenin, toplumun faydası ve çevreyi korumaya yönelik olarak faaliyetlerde bulunabileceğini öngören bir anlayıştır. Uygulanması istenilen faaliyetler, işletme tarafından belirlenerek yürürlüğe konulabilir.

Kurumsal sosyal girişimler modeli için oluşturulan altı seçeneğin, Dell firmasının çalışmalarının incelenerek analiz edildiği tablo aşağıdaki gibidir. Tablo 2.6. sayesinde sosyal girişim modeli daha iyi anlaşılacaktır.

Tablo 2.6. Kurumsal Sosyal Girişim Modeli (DELL Firması Örneği)

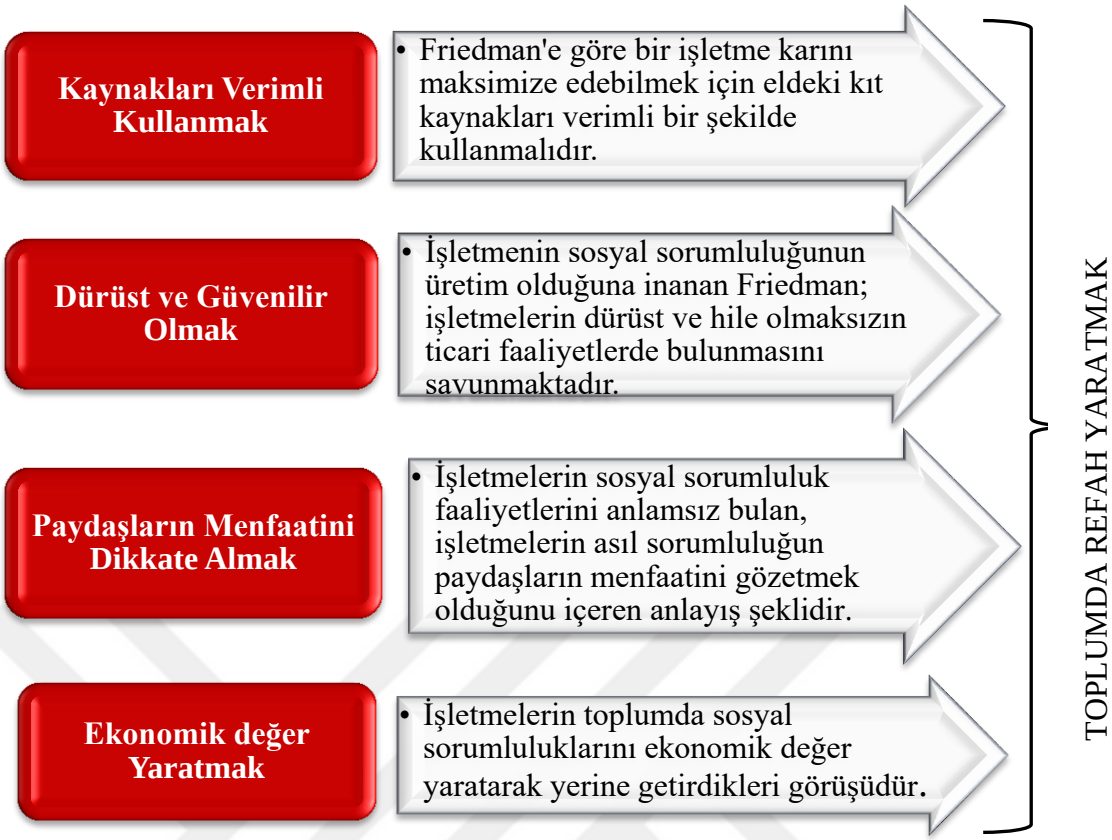
Sosyal Girişim İlkeleri	Açıklama	Örnek
Sosyal Amaç Teşvikleri	Teşvik destekleri ile sosyal sorumluluk faaliyetlerine destekte bulunmak	Dell firması ikinci el bilgisayarları toplayarak kar amacı gütmeyen kurumlara ve kamu kurumlarına bağışta bulunmaktadır.
Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama	Ticari gelir sağlayan satışların belli bir yüzdeliğini bir kuruma bağışlamak	Dell, tüketiciler tarafından üç adet kullanılmış ürün geri dönüşüme gönderildiğinde, kendisine ait bazı belirlenmiş ürünler üzerinde yüzdelik indirim yapmaktadır.
Kurumsal Sosyal Pazarlama	Toplumda bireyler tarafından benimsenmiş davranışları değiştirme kampanyalarına destek vermek	Dell, geri dönüşüm veya yeniden kullanım amacıyla ikinci el yazıcıları iade almaktadır.
Kurumsal Hayırseverlik	Sosyal sorumluluk içeren faaliyetlere doğrudan katkıda bulunmak	‘’Doğrudan Bağış’’ projesiyle çalışanların katılımı sağlanarak çevre projeleri desteklenmektedir.

Toplum Gönüllülüğü	Gönüllülük kapsamında topluma hizmette bulunmak	Dell, her sene ‘’Dünya Topluma Katılım Haftası’’ etkinliğine çalışanlarıyla birlikte katılmaktadır.
Sorumluluk İçeren İş Uygulamaları	İş uygulamaları ve yatırımlarda sosyal amaçları desteklemek, benimsemek	Dell, çevre ile alakalı ürün yasarım programları oluşturmaktadır.

(**Kaynak:** Kotler ve Lee, 2017: 35)

2.3.1. Friedman Modeli

Friedman(1970), ‘’İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu Karını Arttırmaktır’’ makalesinde, işletmelerin asıl sosyal sorumluluklarının üretim olduğunu vurgulamaktadır. Friedman(1970)’a göre, açık ve serbest bir rekabet ortamında, herhangi bir yolsuzluğa başvurmadan karlarını arttırmak amacıyla kaynaklarını kullanmaları işletmelerin tek sorumluluğudur. Şirketlerin temel sorumluluğu hissedarlara karşıdır (Yamak, 2007: 39) görüşündedir. Friedman’ ın klasik sosyal yaklaşımı çalışmamızda ayrıntılı olarak ele alınmıştır (bknz. s. 9-10). Friedman, işletme yöneticilerinin hissedarların paylarını arttırmak ve kar hacimlerini genişletmeleri gerekliliğini ifade etmektedir. Drucker (2005) ise, bir işletmenin ekonomik açıdan mantıksız olduğu halde sosyal sorumluluk yapmasını aslında sorumsuz bir davranış olup, daima daha büyük zararlara yol açabilecek duygusal kararlar olarak yorumlamaktadır.



Şekil 16. Friedman Klasik Yaklaşım Modeli Şekli

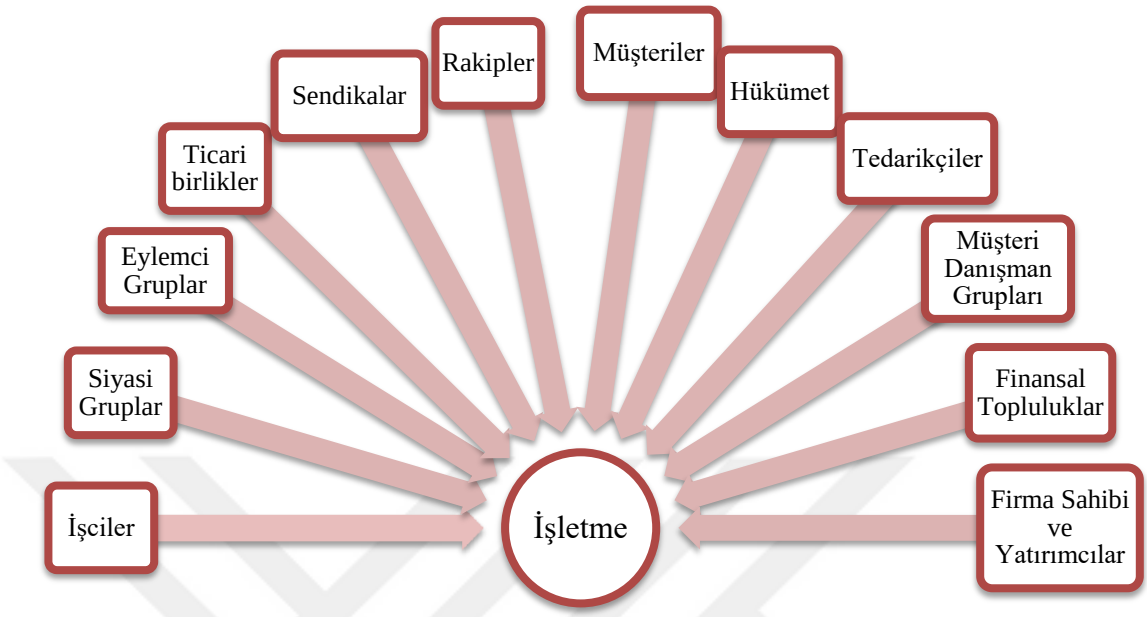
Kaynak: (Friedman(1970) ''İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu Karını Arttırmaktır'' makalesinden yararlanılarak oluşturulmuştur.)

Her işletmenin ana sorumluluğu, paydaşlarına fayda sağlamak için kar elde etmek (Bacher, 2006: 8), sosyal ekonomi yaratmaktır. Bu bağlamda Friedman, nihai sosyal amaç olarak yatırımcılara ve paydaşlara ekonomik değer yaratılması gerekliliğini; yasal çerçeveler etrafında faaliyetlerde bulunulmasını desteklemektedir. Böylelikle toplumsal refahın sağlanabileceği savunmaktadır.

2.3.2. Paydaş Modeli

Paydaş teorisi ilk olarak F.Edward Freeman tarafından ele alınmıştır. Küreselleşmenin etkisiyle artan ekonomik ve fikri haklar işletmelerin sosyal yükümlülük kapsamlarını genişletmiş ve paydaş teorisinin oluşmasına ortam hazırlamıştır (Kanji ve Agrawal, 2016: 147). Bir işletme, sunduğu hizmetlerden etkilenen; çalışanlar, topluluklar, hissedarlar, tedarikçiler ve diğer gruplardan hangilerinin paydaşı olduğunu bilmek durumundadır (Hart, 2014: 56). Paydaş

teorisine göre bir işletmenin paydaşı sadece hissedarlar değil, işletme faaliyetlerinden etkilenen tüm kişiler ve topluluklar olarak görülmektedir.

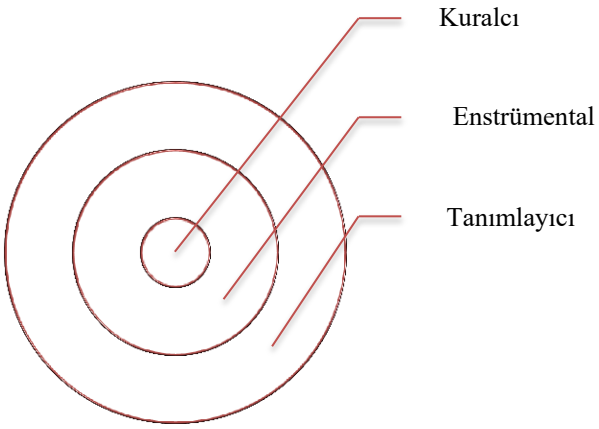


Şekil 17. Şirketlerin Paydaş Modeli

Kaynak: (Edward, 2010: 55)

İşletmeler, ekonomik, çevresel ve sosyal boyutları dengelemek için kar elde ederken (Canarutto ve Nidasio, 2005: 286) yönetim sürecinde temel sorumluluk olarak; hissedarlar, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, sivil toplum kuruluşları ve diğer grupların çıkarlarını dikkate alarak (Mcvea ve Freeman, 2001), bütünleştirici bir stratejik organizasyon anlayışına sahip olmalıdır. Bir başka ifadeyle, Friedman'ın klasik paydaş yaklaşımına karşıt bir görüş oluşturan Freeman; işletmenin sadece paydaşlarına kar sağlayarak değil, ticari faaliyetlerinde rol alan ve bu faaliyetlerden etkilenen herkesin göz önüne alınarak bir fayda sağlanması gerekliliğine inanmaktadır.

Çağımızın gerekliliği haline gelmiş olan sosyal paydaş yönetiminde, paydaşların beklenti ve etkilerini dikkate alması beklenmektedir. Bununla birlikte paydaşların, işletme yönetimini zor durumda bırakmayacak, ahlaki ve ticari değerlere ters düşmeyecek beklentiler içerisinde olmasına dikkat edilmelidir. Paydaş teorisi; tanımlayıcı, enstrümental, kuralcı olmak üzere üç başlıkta ele alınmaktadır.

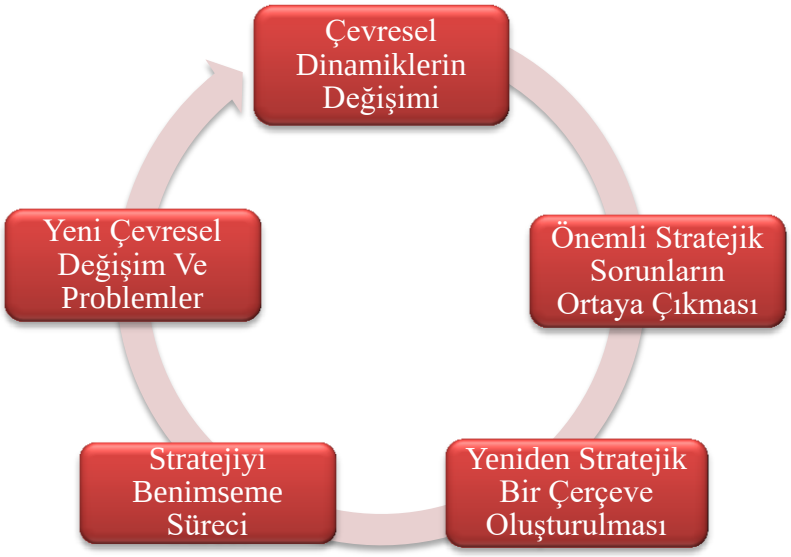


Şekil 18. Paydaş Teorisinin Üç Görüşü

Kaynak: (Donaldson ve Preston, 1995: 74)

Paydaş teorisi, işletmelerin kimliğini belirten, tanımlayan, betimsel bir modele sahiptir. Bu model; verimlilik, devamlılık büyüme vb. çeşitli amaçları ile yönetimdeki uygulamalar arasında bir köprü görevi görerek işletme yönetimi açısından sistemin anlaşılmasına yardımcı olur. Enstrümental görüşe göre ise paydaş teorisi yüksek düzeyde işbirliği ve güven ilişkisi oluşturduğu ve karakterize ettiği paydaşlarla son derece etik ilkeler ışığında bilgi paylaşımlarında bulunarak, işletmelerin performans sonuçlarını dikkate alır (Jones, 2018: 2) işletmenin geliştireceği strateji ve amaçlara yönelik bir yol haritası oluşturmasına yardımcı olur. Kuralcı yönü ise, paydaşların kişi ya da gruplarla, işletme faaliyetleri ile alakalı ilişkilerine ve performanslarına yönelik belirli kriterler oluşturulmasına ortam hazırlaması itibariyle, paydaş teorisi açısından önemli bir bakış açısıdır.

Paydaş teorisine göre gruplar arasında uyum yakalanmalıdır. Mcvea ve Freeman'e göre bir işletme hayatta kaldığı sürece belli başlı problemlerle baş etmekte ve çözülen her problemin ardından yeni bir gündemle karşı karşıya kalarak kısır bir döngüye girmektedir.



Şekil 19. Paydaş Yaklaşımı Döngüsü
Kaynak: Mcvea ve Freeman(2001)'ın ''A Stakeholder Approach To Strategic Management'' makalesinden faydalanılarak oluşturulmuştur.

Paydaş teorisi, işletmelerin maruz kaldığı kısır döngü için ihtiyatlı davranarak, çevresel dinamikleri dikkate alıp yönetim stratejisi geliştirilmesi gerekliliğini içermektedir. İşletme çevresindeki paydaşları ve onlara ilişkin sürekli olarak meydana gelen değişimleri yönetmek, işletmenin sürekliliği için önem taşımaktadır. Bu teoriye göre bir işletme, çevresindeki değişim ve gelişmeleri tıpkı bir zincirin halkası gibi görmeli ve bu halkadaki döngüyü bütünsel bir bakış açısıyla yönetebilme kapasitesine sahip olmalıdır.

KSS'nin işletme kültürüne ve örgütsel profiline gömüleceğine dair hiçbir şüphe kalmayan (Hopkins, 2007: 42) sosyal farkındalık sayesinde; bankaların, salt mali hedef mantığında kalmayıp, toplumun ihtiyaç ve beklentilerine karşı duyarlı hale geldikleri görülmektedir. KSS girişimlerinin, kurumsal prososyal davranışları içermesi bakımından çok çeşitli organizasyonlarda tecelli ederek (Luo ve Bhattacharya, 2009: 201) iş birliklerinde bulunmak, toplumun haklarını gözeterek paylaşımlarda bulunarak kitlesel etkiler yaratmaya devam edeceği düşünülmektedir. Sosyal sorumluluk faaliyetleri aracılığıyla, refahın arttırılması, yoksulluğun azaltılması, sosyal etkinin bir faaliyet olarak bir anlayış içermesi (Lev, Petrovıts ve Radhakrıshnan, 2010: 198) toplum ve derneklerle etkileşimde olan ve tutum oluşturan kurumsal marka stratejisine bağlı (Riel, 2005: 44) çalışmalar, göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. KSS ile bankacılık sektörüne ilişkin literatürde yer alan çalışmalara tablo 2.7.'de yer verilmiştir.

Tablo 2.7. Kurumsal Sosyal Sorumluluk İle Bankacılık Sektörüne İlişkin Literatürde Yer Alan Bazı Çalışmalar

Çalışma Başlığı	Yazar	Niteliği –Yıl Yayımlandığı Yer	İçeriği	Bulgular
İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Halkla İlişkiler	Murat Başarır	Yüksek Lisans Tezi - 2003	İşletmelerin çalışanlarına, tedarikçilere, dağıtım elemanlarına, hissedarlara, müşterilerine ve STK'lara olan sorumluluklarındaki çabası ile halkla ilişkilere verdiği değer arasındaki bağlantının şiddeti arasındaki ilişki incelenmiştir.	İşletmelerin planladığı sosyal sorumluluk çalışmalarında, toplum açısından gelecek tepkileri en geniş açıdan göstermesi bakımından halkla ilişkiler, bir tampon görevi üstlenmektedir. Halkla ilişkilerin, toplumun beklentilerini işletmelerin karar organlarına doğru ve yerinde iletmesi açısından önemli bir alan olması yönü vurgulanmıştır.
Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis	Marc Orlitzky, Frank L Schmidt, Sara L. Rynes	Makale – 2003 - Article in Organization Studies	Kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile kurumsal finansal performans arasındaki ilişki incelenmiştir	Kurumsal sosyal performans ile kurumsal finansal performans arasında anlamlı bir ilişki olduğu, KSS itibar endekslerinin, finansal performansı mali endekslerden daha çok etkilemektedir. Sosyal sorumluluk ve bilhassa çevresel sorumlulukların kurumsal itibar ve finansal performans açısından daha etkili olduğu görüşüne ulaşılmıştır.
Corporate Social Responsibility And Stakeholder Approach: A Conceptual Review	Nada K. Kakabadse, Cécile Rozuel, Linda Lee-Davies	Makale – 2005 - Journal of Business Governance and Ethics	KSS hakkında son yarım yüzyıldaki araştırmalara genel bir açıdan yaklaşarak, KSS kavramına ilişkin temel açıklamalar ve önemli özellikler ele alınmıştır. Aynı zamanda KSS çalışmalarında paydaş yaklaşımında karşılaşılan zorluklar ve sonuçlar literatürü incelenmiştir.	KSS alanının tam olarak kabul görmüş bir paradigmadan yoksun olduğu, ancak yine de yönetici ve bilim insanları için bazı kavramsal çerçeveler tanımlanmıştır. Yöneticilerin ve insanların bir kaldıraç gücüne sahip olduğu; artan farkındalık ile birlikte paydaşlarına önemli ölçüde etki edileceği ileri sürülmüştür.

Bankaların WEB Sitelerinin Sosyal Sorumluluk Açısından İncelenmesi	Yeşim Güçdemir	Makale - 2006 - İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi	TBB tarafından 2006 yılında ilen edilen bankalardan, aktif olan en büyük beş bankanın, web sitelerinde bulunan son iki yılın KSS çalışmaları ele alınmıştır. Sosyal sorumlulukların uygulama alanları ve ilan şekli tespit edilerek, bankaların projeleri karşılaştırılmıştır.	Sosyal sorumluluk çalışmalarının en fazla yazılı metinlerle ilan edildiği; özel bankaların, kamu ve diğer bankalara göre sosyal sorumluluğu daha fazla önemsediği, web sitelerinde daha fazla yer verdikleri tespit edilmiştir. Özellikle Garanti Bankasının KSS anlamında web sitesinde zengin bir içeriğe sahip olduğu ve Akbank'ın bu yönüyle benzer bir web tabanı olduğu görüşü ifade edilmiştir. Bankaların, en çok toplumsal yardım ve eğitim alanlarında çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.
Bağımsız Dış Denetim Süreci Kurumsal – Sosyal Sorumluluk İlişkisi Bankacılık Sektörü Uygulaması	Ercüment GÜLER	Doktora Tezi - 2006	Bankaların; şeffaf, güvenilir, ulusal ve uluslararası standartlarda belirtilen muhasebe ilkelerine uygun olması, topluma karşı sorumluluk bakımından, denetimin önemi vurgulanmıştır. Bankaların yaşadığı ekonomik kriz ve kötü sonuçların, bağımsız denetim ile ilişkisi araştırılmıştır.	Bankaların belge fazlalığının denetimlerini zorlaştırdığı, bankacılık mevzuatının yalın olmadığı, karşılaşılan başarısızlıklarda etik ilkelerin göz ardı edilmesi, düzenleme ve deneti zafiyeti olduğu, yöneticilerin uzmanlaşmış olmadığı ve bağımsız denetime gereken önem verilmediği tespit edilmiştir.
Corporate Social Responsibility And Bank Customer Satisfaction: A Research Agenda	McDonald, Lynette M., Rundle-Thiele, Sharyn R.	Makale - 2008 - International Journal of Bank Marketing	KSS'nin toplumun bakış açısında olumlu etkisinden hareketle, KSS girişimlerinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini, diğer müşteri odaklı bankacılık girişimlerdeki etkisi araştırılmıştır.	Bankaların KSS programlarında artan yatırımlarına nispeten, müşteri odaklı bireysel KSS çalışmalarının daha fazla müşteri memnuniyeti oluşturduğu açıklanmıştır.

BM Küresel Sorumluluk Anlaşması Bağlamında Kurum İçi Halkla İlişkilerde Mükemmellik ve Çalışanların Sosyal Sorumluluk Algısı	Ayşe Banu Bıçakçı	Doktora Tezi - 2009	Türkiye'de, BM Küresel Sorumluluk Anlaşmasına katılan işletmeler tespit edilerek; kurum içi halkla ilişkilerdeki mükemmellik düzeyi ve işletme çalışanlarının kendi şirketlerinde sorumluluk algısı arasındaki ilişki olup olmadığı yönüyle analiz edilmiştir.	Belirlenen evren çerçevesinde, mükemmellik derecesi ile çalışanların sosyal sorumluluk algısı arasında anlamlı bir istatistiksel ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'deki işletmelerin geleneksel KSS anlayışından çıkamadığı ve göstermelik imzalarla uluslararası bildirilere katıldıkları saptanmıştır.
Assessing The Prerequisite Of Successful CSR İmple tation: are consumers aware of CSR initiatives?	Alan Pomering, Sara Dolnicar	Makale – 2009 - Journal of Business Ethics	Banka yöneticilerinden alınan veriler ile birlikte sosyal sorumluluk çalışmalarının tüketiciyi nasıl etkilediği ve Avustralya Banka sektöründe gerçekleştirilen KSS çalışmalarının, toplum tarafından farkındalığı incelenmiştir.	Avustralya bankalarının KSS alanında güçlü iletişim çabalarına rağmen katılımın düşük olduğu, tüketicilerin gerçekleştirilen KSS çalışmalarından tatmin olmadıkları, yakın zamanda bankaların önemli itibar kaybına uğradığı ve tüketicilerin oldukça şüpheli yaklaşımlarının ancak güçlü iletişim stratejileri ile aşılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.
KSS Kampanyalarının İşletmeye Olan Katkıları	Cüneyt R. Güngör	Yüksek Lisans Tezi - 2010	İstanbul Şişli bölgesinde tesadüfi olarak seçilen banka çalışanlarının, bankaların sosyal sorumluluk faaliyetleri sonucundaki tutum ve etkileri araştırılmıştır.	Çalışanların görüşüne yönelik yapılan araştırma sonucunda, KSS projelerinin bankaların müşteri portföyünü arttırdığını, sosyal bir kimlik oluşturduğu, itibar sağladığı, kurumsal bir marka olmasına yardımcı olduğu, müşteri sadakati yaratarak birçok alanda fayda sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.
Sürdürülebilir Kalkınma Sürecinde Bankaların Rolü Ve Türkiye'de Sürdürülebilir Bankacılık Uygulamaları	Emine ÖNER KAYA	Makale - 2010 - İşletme Araştırmaları Dergisi	Sürdürülebilir kalkınmada finansal kuruluşların, bilhassa bankaların ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan farkındalıklarını ortaya koymak amacıyla sürdürülebilir bankacılık misyonunun gelişmekte olan ülkelerde uygulanabilirliği araştırılmıştır.	Sürdürülebilir kalkınmada TR bankalarının kurum içi süreçlerde enerji ve kağıt israfına yönelik faaliyetlerde bulunması ve sürdürülebilirliğe yönelmesi bakımından ''önleyici bankacılık'' misyonuyla hareket ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Gelişmekte olan bir ülke olmamız bakımından bazı bankaların ise, kredi kullanımına ve kredi kartı satışında sürdürülebilirliğe doğru girişimde bulunması, ''saldırgan bankacılığa'' geçiş yapmaya başladığı saptanmıştır.

Maximizing Business Returns to Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of CSR Communication	Shuili Du, C.B. Bhattacharya ve Sankar Sen	Makale - 2010 - International Journal of Management Reviews	KSS iletişimine kavramsal bir çerçeve sunmak amacıyla ilgili literatür taranmıştır. KSS iletişiminde kullanılan iletişim kanalları, mesajların etkinliği ve paydaşlara özgü faktörlere kadar farklı KSS iletişim yönleri incelenmiştir.	Araştırma sonucunda KSS çalışmalarında topluma sunulan içerik, iletişim kanalları tercihi, paydaşlara özgü dinamiklerin KSS iletişiminde önemli olduğu saptanmıştır. Farklı türden(ör: çalışan, müşteri vb.) paydaşların olacağı göz önüne alınarak KSS iletişim tekniklerinde bu doğrultuda tercihler yapılması gerekliliği ve bu alan üzerindeki çalışmaların arttırılması gerekliliği ifade edilmiştir.
Practices Of Corporate Social Responsıbility(Csr) In Banking Sector In India: An Assessment	Suman Kalyan Chaudhury, Sanjay Kanti Das Prasanta Kumar Sahoo	Makale - 2011 - Research Journal of Economics, Business and ICT	Hindistan'daki bankaların KSS uygulamalarını analiz etmek ve sosyal sorumluluk stratejilerini saptamak amaçlanmıştır. Vaka çalışmalarından yola çıkarak on iki banka üzerinde araştırma yapılmıştır.	Bankaların, toplumun savunmasız kesimine yönelik girişimlerde bulunarak kırsal kalkınmalara destek olduğu bilgilerine ulaşılmıştır. Hindistan'da toplum ve bankalar arasında hükümetin bir köprü görevi üstlenerek ilişki kurmasının zaruri oldu, KSS raporları için düzenleyici bir sistem getirilerek periyodik bir altyapı kurulması gerekliliği ifade edilmiştir.
Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tüketici Tutum Ve Davranışları Üzerine Etkisi: Türkiye İş Bankası Örneği	Özlem Yıldırım	Yüksek Lisans Tezi - 2011	Türkiye İş Bankası örnekleminden yola çıkılarak; tüketicilerin sosyal sorumluluk farkındalıkları, satın almada göstermiş oldukları tutum ve davranışların marka tercihindeki etkisi ve bankaların KSS çalışmalarının tüketiciye olan etkisi araştırılmıştır.	KSS gerçekleştiren işletmelerin hizmet ve ürün satımında, tüketicilerin bağış alışkanlıklarının önemli bir etken olduğu, bireysel sosyal sorumluluk bilinçlerinin artması gerekliliği ifade edilmektedir. Etik çerçevede geliştirilen KSS çalışmalarının müşteride olumlu bir algı yarattığı, bankaların ve tüketicinin karşılıklı fayda sağlayacağı ifade edilmektedir.
The Role of Banks in Corporate Social Responsibility	Shirley Yeung	Makale - 2011 - Journal of Applied Economics and Business Research	Hong Kong, ABD ve İskoçya'daki finans uygulayıcıları ve akademisyenlerin görüşü alınarak; Hong Kong'daki büyük bankaların KSS uygulamaları hakkındaki algı araştırılmıştır.	Bankaların çalışanları ile birlikte olumlu bir işletme kültürü ve sosyal sorumluluk bilincine sahip olmaları gerekmektedir. Yönetim ve personel arasında sorumlu bir yönetim taahhüdü oluşturularak, iç denetim, etkili kredibilite, hesap verebilirlik, azaltılmış risk ve kaliteli girişimlerle bankalar açısından olumlu sonuçların meydana geleceği öne sürülmüştür.

Corporate Social Responsibility and Financial Performance Linkage- Evidence from the Banking Sector of Bangladesh	Sarwar Uddin Ahmed, Md. Zahidul İslam, İkramul Hasan	Makale - 2012 - Journal of Organizational Management	Bangladeş bankacılık sektöründe, kurumsal sosyal sorumluluk ile kurumsal finansal performans arasındaki sosyal bağ, kavramsal bir çerçevede incelenmiştir.	Bankaların sosyal sorumluluk performanslarının düşük düzeyde olduğu, çevre ve iş yeri niteliği konusunda yetersiz çalışmalar yaptıkları tespit edilmiştir. KSS ve finansal açıdan bağlantı analizi için uzun zaman gerekliliği ve daha detaylı çalışmalar gerçekleştirilmesi ifade edilmiştir.
Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk Uygulama Alanı Olarak Sanat Faaliyetleri	Nural İmik Tanyıldızı	Makale - 2013 - İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi	Akbank, Garanti Bankası ve İş Bankası'nın sanatsal faaliyetleri örneklem seçilerek; sanat faaliyetlerinin hedef kitlesi, kapsamı, süresi ve amacı tarama modeli kullanılarak tespit edilmiş ve yorumlanmıştır.	Üç bankanın da hedef kitlesinin yaş yelpazesinin çok geniş olduğu, sanatsal faaliyetlerin en çok İstanbul'da ve takip eden büyük şehirlerde gerçekleştiği, özellikle Akbank'ın sanat alanında daha fazla çalışmaları olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Multi-Item Stakeholder Based Scale to Measure CSR in the Banking Industry	Mobin Fatma, Zillur Rahman, Imran Khan	Makale - 2014 - International Strategic Management Review	Hindistan'da, bankacılık sektöründeki sosyal sorumluluk çalışmaları için, geçerli ve güvenilir bir KSS ölçeği geliştirilmesi üzerine çalışılmıştır. Paydaş teorisinin, güvenli ve geçerli bir şekilde KSS çalışmalarına uygulanması için nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir.	Bankaların KSS raporlarının sınırlı alana yoğunlaştığı ve az sayıda paydaşı dikkate aldıkları ifade edilmiştir. Paydaş teorisinde yer alan beş boyuta yönelik oluşturulacak KSS raporlarının, bankalar açısından olumlu sonuçları meydana getireceği sonucuna ulaşılmıştır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İşlevi: Bankacılık Sektörüne İlişkin Bir Alan Araştırması	Hikmet Ceyhun Göcenoğlu	Doktora Tezi - 2014	Türkiye'deki dört banka örneklem olarak seçilerek, derinlemesine mülakat yapılmıştır. KSS iletişimi etrafındaki araç ve metotları incelemek; ilan edilen KSS raporlarının amaç ve işlevi saptanmıştır.	TR'deki bankaların KSS raporları konusunda henüz çok ilerleme kaydetmedikleri görülmüştür. Raporların veri toplamak ve itibar oluşturmak amaçlı yayımlandıkları; şeffaf ve hesap verebilirlik temalı raporların oluşturulması gerekliliği savunulmuştur. Müşterilerin KSS projelerini bildikleri fakat raporlardan çok haberdar olmadıkları nedeniyle, iletişim modeli geliştirmeleri önerilmiştir.
The Financial İnvolvement Of The Lebanese Banking Sector İn CSR	Charbel Salloum, Maher Al Sayah, Andre Azouri	Makale – 2015 - EuroMed Journal of Management	Lübnan'da 2008 yılı ve sonrasında yaşanan ekonomik kriz sonrası kurumsal bir yönetim anlayışı ile KSS'ye yapılan yatırımların, Lübnan bankacılık sektörünün refah düzeyindeki etkisi araştırılmıştır	Lübnan ekonomisindeki ana sektörün bankacılık olduğu, ancak aile kuruluşlarının hâkim olduğu bankaların KSS çalışmalarında, düşük katılım derecelerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aile kuruluşu olan bankaların, KSS projelerinde yetersiz fon desteğinde bulunduğu ortaya konulmuştur. Büyük ölçekli bankaların KSS'ye nispeten daha fazla yatırım yaptıkları saptanmıştır. Lübnan bankacılık sektöründe, farkındalık, şeffaf yönetim, cinsiyet eşitliği konularına önem verilmesi gerekliliğine değinilmiştir.
Impact of Corporate Social Responsibility Practices on The Banking Industry in Romania	Marian Mocana, Simona Rusa, Anca Draghicia, Larisa Ivascua, Attila Turia	Makale - 2015 - Procedia Economics and Finance	Sanayi ve finansal istikrarsızlık dönemlerinde, Romanya bankaları tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk çalışmaları için bir KSS modeli geliştirilmiştir. Bankalar açısından KSS ilkeleri, pazardaki ve gelir durumundaki etkileri üzerine incelemeler yapılmıştır.	KSS'nin bankaların itibarını arttırdığı, toplumda dengeli bir politika izledikleri izlenimi oluşturdukları ancak bankaların geliştirdiği ürünlere yönelik önemli bir talep olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. KSS çalışmalarının; Romanya'daki bankalara, ekonomik verimlilik, işletme itibarı, personel sadakati, yeni iş fırsatları gibi birçok alanda fayda sağladığı ifade edilmiştir.

Environmental Management Through Green Banking: A Study of Commercial Banks in India	Yadwinder Singh	Makale - 2015 - International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies	2014 yılında Hindistan'da bulunan en iyi performans gösteren bankaların KSS çalışmalarının; faaliyet raporları, makale, sürdürülebilirlik raporları ve bankaların resmi web sitelerindeki ikincil verilerden yararlanılarak yeşil bankacılık çalışmaları analiz edilmiştir.	Yeşil bankacılığın, bankalar için çevresel ve ekolojik olarak önemli bir çalışma alanı olduğu ve sürdürülebilir kalkınma için gerekliliği ifade edilmiştir. Hindistan'daki bankaların, yeşil uygulamalara geçmiş olsa dahi birçok alanda hala faaliyet göstermedikleri; faaliyetlerinde yeşil uygulamalara yer verdikçe performans ve gelirlerinde uzun dönemli faydalar sağlanacağı üzerinde durulmuştur.
To Engage Or Not To Engage İn Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence From Global Banking Sector	Chung-Hua Shen, Meng-Wen Wu, Ting-Hsuan Chen, Hao Fang	Makale – 2016 - Journal of Economic Modelling	Sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunan bankalar ile bulunmayan bankalar arasındaki performans farkının tespit edilerek; bu ayrımın oluşmasında KSS'nin etkisi araştırılmıştır.	KSS uygulamalarına bünyelerinde yer veren bankaların, sosyal sorumluluk çalışmaları yapmayan bankalara göre daha uzun hayatta kaldıkları sonucuna ulaşılmıştır. KSS çalışması yamakta olan bankaların, birçok avantaj ile birlikte önemli bir itibar kazanımına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, hükümetinde bankaları ekonomik refahı arttırmak, sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için teşviklerde bulunduğu belirtilmiştir.
KSS Çalışmalarında İşbirliği: Akbank, Garanti Bankası ve Türkiye İş Bankası Üzerine Bir İnceleme	Zühal Fidan, Zülfiye Acar Şentürk	Makale – 2017 - Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi	Brand Finance'in ''En Değerli 100 Türk Markası 2016'' listesindeki Türkiye İş Bankası, Garanti Bankası, Akbank 'a ait web sitelerindeki sosyal sorumluluk faaliyetleri taranmıştır. Bankların KSS çalışmaları tespit edilerek, yalnızca işbirliği içinde bulunulan projeler analiz edilmiştir.	Akbank, Garanti Bankası ve İş Bankası'nın KSS çalışmalarında işbirliklerine önem verdikleri saptanmıştır. Gönüllüler, STK çalışmaları, topluluklar, resmi kuruluşlar, ulusal ve uluslararası platformalar ile KSS çalışmaları gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir.

Determinants of Corporate Social Responsibility(CSR) Disclosure in Developed and Developing Countries: A Literature Review	Waris Ali, Jedrzej George Frynas, Zeeshan Mahmood	Makale - 2017 - Corporate Social Responsibility and Environmental Management	76 adet ampirik makale ve içeriğinde bulunan anket ve içerik analizine dayalı olarak; gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin KSS anlayışlarına yön veren faktörleri analiz etmek üzere araştırma yapılmıştır.	Gelişmiş ülkelerde KSS ifadelerinde, düzenleyici kurumlar, hissedarlar, alacaklılar, yatırımcılar, çevreciler ve medyanın belirli endişeleri önem arz etmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde ise KSS raporları, uluslararası alıcılar, yabancı yatırımcılar, uluslararası medya ve düzenleyici kurumların yönlendirmelerinden oldukça fazla düzeyde etkilenmektedir. Gelişmiş ülkelerin aksine, gelişmekte olan ülkelerdeki işletmelerin KSS raporları sunumunda kamuoyundan daha az baskı gördükleri yönünde farklılıklar saptanmıştır.
Identifying the Factors Influence Turkish Deposit Banks to Join Corporate Social Responsibility Activities by Using Panel Probit Method	Serhat Yüksel, Mustafa Özsarı	Makale - 2017 - Journal of Finance & Banking Studies	2005-2015 yıllarında Türkiye'de faaliyet gösteren 23 mevduat bankasının, KSS faaliyetlerine katılmasını etkileyen faktörler saptanmıştır.	Bankaların KSS çalışmalarına: ülke ekonomisine katkı sunması, toplumun sorunlarına çözüm üretmesi, insanların bankalara güvenerek para yatırması sonucu likiditenin artması etkilerinden dolayı katıldıkları saptanmıştır.
TR'de KSS Uygulamalarının İşletmelerin Kurumsal İtibarına Etkileri: İşletme Yöneticilerinin Algıları Üzerine Bir Araştırma	Yalçın Yalman	Doktora Tezi - 2018	2016-2017 döneminde en fazla ihracat yapan on işletmenin, paydaşlara yönelik gerçekleştirdikleri KSS projelerinin, işletmenin kurumsal itibarına katkısı ölçülmüş ve işletmelerin öncelikli KSS çalışma alanları belirlenmiştir.	TR'deki işletme yöneticilerine göre, KSS çalışmaları işletme açısından kurumsal itibar açısından oldukça önemli bir çalışma alanı olarak görülmektedir. Ayrıca işletmelerin KSS alanında karşılaştığı engeller için, sosyal sorumluluğun gerekliliğine inanması ile aşılacağı savunulmuştur.

GCC İslami Bankacılık Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamasının Finansal Performans Üzerindeki Etkisi: GCC İslami Bankacılık Sektöründen Kanıtlar	Platonova, E. ve Asutay, M. ve Dixon, R. ve Mohammad	Makale -2018 - İş Etiği Dergisi	2000-2014 yılları arasında Körfez işbirliği konseyi bölgesindeki İslami bankaların KSS çalışmaları ile finansal performansları arasındaki ilişki KSS raporlarından faydalanılarak incelenmiştir.	KSS raporları ve ilanı ne kadar olursa bankaların finansal performansının da o kadar arttığı tespit edilmiştir. Sadakanın çok ötesinde bir anlayışla gerçekleştirilen KSS çalışmalarının, İslami banka müşterilerinin sadakatini arttırdığı, paydaş değerini zenginleştirdiği, itibara zarar verici olaylardan korunarak, kar ettiği mali sonuçlarını da güvence altına alabileceği ifade edilmiştir.
KSS ve İnsan Kaynakları Uygulamaları Birbirlerini Destekliyor Mu? Bankaların Web Sitelerinin İçerik Analizi İle Değerlendirilmesi	Sevgi Elmas Atay, Vala Lale Tüzüner	Makale - 2018 - Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	BDDK tarafından 2017 yılında ilan edilen, Özel Mevduat Bankaları, Kamu Mevduat Bankaları, TR'de Kurulmuş Yabancı Mevduat Bankalarının web siteleri, içerik analizi ile araştırılmıştır. KSS çalışmaları ile insan kaynakları çalışmalarının birbirini ne kadar tamamladığı araştırılmıştır.	İK' nın KSS faaliyetleri için çalışanları etkilemesi yanı sıra, işletmelerin genç nüfusa yönelik etkileyici KSS hedeflerinin önemli bir rekabet sağlayacağı ifade edilmiştir. KSS ve İK faaliyetlerinin birbiri ile bir bütünlük sağlayamadıkları, sosyal sorumluluk çalışmalarının yeterince desteklenmediği sonucuna ulaşılmıştır.
Corporate Social Responsibility (CSR): A Case Study of Axis Bank Foundation	Kavitha S.	Makale - 2018 - Journal of Business Management	Axis Bank'ın KSS faaliyetlerinin; işleyişini, hesap verebilirlik ve raporlanmasının nasıl yapıldığını, toplum refahına nasıl bir katkı sunduğu incelenmiştir.	KSS'nin marka bilinirliği, sosyal sermaye, ticari fırsatlar ve müşteri kitlesi oluşturma bakımından önemli olduğu saptanmıştır. Sürdürülebilir bir akış için, KSS girişimleri ile iş hedeflerinin uyumlu olması gerektiği; bu şekilde bankaların toplum refahına katkı sağlayacağı ileri sürülmüştür.

Türkiye'de Faaliyet Gösteren Geleneksel Bankalar Ve Katılım Bankalarının Sürdürülebilirlik Açısından Karşılaştırılması	Utku Şendurur, Fatma Temelli	Makale - 2018 - Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi	Türkiye'deki katılım ve geleneksel bankaların 2016 faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları incelenmiştir. Raporların içeriklerinin gelişmekte olan ve gelişmiş olan ülkelerdeki yapılan araştırmalardaki büyüklük, ülke menşei, denetçi tipi, kaldıraç oranı, likidite, karlılık ve yaş bağımsız değişkenleri kullanılarak ilişkisi araştırılmıştır.	Araştırmadaki yedi bağımsız değişken ile her iki banka türü arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Geleneksel bankalarının çevresel ve sürdürülebilirlik çalışmaları bakımından katılım bankalarına üstünlük sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılım bankalarının sürdürülebilir olması için, daha fazla çevresel faaliyetlerde bulunması ve raporlarına yansıtması gerekliliğine ulaşılmıştır.
The Effect Of Basel Criterias On Banking Profitability İn Turkey: Analysis Via Cointegration Method	Erişah Arıcan, Başak Tanınmış Yücememiş, Levent Çinko	Makale - 2019 - International Journal of Business And Social Science	Küresel finansal kriz sonucu arabulucu finans kuruluşu görevi üstlenen bankaların; Türk bankacılık sisteminde Basel kriterleri, KSS çalışmaları bağlamında ele alınmıştır.	Basel III tarafından geliştirilen yüksek likidite ihtiyaçlarının sonucu olarak bankaların kredi hacimlerinde azalma meydana geleceği; kısa vade de karlı bir toplumsal yaklaşım gibi görünse de uzun vadede bankaları düşük güvenirliği olan müşterilerin daha çok kredi çekerek bankaları uzun vadede zarara uğratacakları görüşüne ulaşılmıştır.
The Impact Of Corporate Social Responsibility Disclosure On The Firm Value: An Empirical Study On Banks Listed In Borsa İstanbul	Imad Mohamed Feneır	Doktora Tezi - 2019	Borsa İstanbul tarafından ilan edilen aktif bankaların, sosyal sorumluluk raporlarının ilanı sonucunda, toplumda oluşan firma değeri arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.	Bankaların yıllık raporlarında %24 oranında KSS bilgisi sundukları; çevre, iş gücü politikaları, insan hakları, toplum ve sorumlu üretim başlıklarında çalışıldığı saptanmıştır. En çok toplum ve işgücü politikalarında çalışmalar yapıldığı, ancak her yıl raporların ifşa hacminde dengesizlikler olduğu ileri sürülmektedir. Borsa İstanbul'da yer alan bankaların ilan ettiği KSS raporları ile firma değeri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Effect Of Corporate Social Responsibility On Enterprise Value Of Deposit Money Bank İn Nigeria	Dauda İbrahim Adagye, Dauda Musa İbrahim	Makale - 2019 - Journal of Administrative and Business Studies	Nijerya'daki mevduat bankalarının KSS çalışmaları; çevre, toplum ve çalışan değeri değişkenleri çerçevesinde incelenerek, bankaların kurumsal değeri üzerindeki etkisi araştırılmıştır.	Bankalarının KSS çalışmaları ve harcanılan bütçelerin, toplum açısından bir değer ifade ettiği ve işletmenin iyi durumda olduğu algısı oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bankaların işlerinde ve itibari kazanç sağlamada KSS'nin katkısı olduğu ileri sürülmektedir.
Corporate Social Responsibility in SAARC Countries: Study on Commercial Banks	Dr.Mahbubur Rahman ve Jenepha Eyesmin	Makale - 2019 - European Journal of Business and Management	Güney Asya Bölgesel İş Birliği Derneği'nde yer alan ülkelerdeki bankaların KSS uygulamaları ve kurumsal sosyal ağın nasıl işlediği, ikincil verilerden faydalanılarak araştırılmıştır.	Güney Asya Bölgesel İşbirliği Derneği bünyesinde bulunan ülkeler arasında KSS girişimlerinde benzerlikler görülmüş olup; KSS faaliyetlerinin tüm bankalarda sosyal gelişim oluşturduğu sonucuna varılmıştır. Bankaların kaynak açısından zengin alanlardan, daha az ayrıcalıklı bölgelerde çalışma yapmaları önerilmiştir.
Effect Of Corporate Social Responsibility Expenditures on Financial Performance in Banking Sector of Bangladesh	Yeaseen Chowdhury and Nader Nehal	Makale - 2020 - Journal of Economics, Business and Management	Bangladeşteki bankaların KSS giderleri ile finansal performansları arasındaki ilişki incelenmiştir. Varlık getirisi, öz kaynak getirisi, hisse başına kazanç, fiyat kazanç oranı bağımlı değişken; refah düzeyi, eğitim, sağlık, hijyen ve çevre alanları bağımsız değişken olarak kabul edilerek araştırma gerçekleştirilmiştir.	Bangladeş'deki bankaların her zamankinden daha fazla KSS yatırımları yaptığı; hükümetin KSS politikalarında bankalara destek vermesi gerektiği sürdürülebilirlik açısından vurgulanmıştır. KSS çalışmaları sayesinde toplum refahında olumlu sonuçlar oluşması neticesinde, hükümet tarafından bankacılık sektörünün değer yaratarak harcama yapmaya motive edilmesi gerekliliği sonucuna ulaşılmıştır.

(Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BANKALARIN KSS ÇALIŞMALARININ, BM SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK HEDEFLERİ VE KURUMSAL SOSYAL GİRİŞİMLER ÇERÇEVESİNDE İNCELEMEYE YÖNELİK BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı, Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye Kamusal Bankalar Birliği tarafından yıl içinde dönemsel olarak 3 ayda bir ilan edilen, Türkiye'de resmi olarak çalışmalarına devam eden bankaların, KSS faaliyetlerini ve yıllar içindeki durumunu, BM sürdürülebilirlik hedefleri ve kurumsal sosyal girişim çerçevesinde incelemektir. Bankaların KSS çalışmaları, kurumsal sosyal girişim ilkeleri ve BM sürdürülebilir kalkınma hedefleri bağlamında değerlendirilmiştir. Yukarıdaki temel araştırma amacı doğrultusunda;

- Bankaların internet sitelerinde KSS çalışmaları olup olmadığını tespit etmek,
- KSS çalışması bulunan bankaların faaliyet alanlarını belirlemek,
- KSS çalışmalarının hangi dönemlerde gerçekleştirildiğini saptamak,
- Elde edilen bulguların sonucunda, bankaların KSS bağlamındaki performanslarına yönelik kıyaslamalarda bulunmak,
- Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların geçmişten günümüze sosyal sorumluluk alanındaki durumlarını ortaya koymak amaçlanmaktadır.

3.2.ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Sosyal sorumluluk çok boyutlu bir kavram (Kaur, 2019: 13) olarak kurumsal işletmelerde önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir. Ancak bu alandaki literatürü ele aldığımızda, gelişmekte olan pazarlardaki bankaların KSS çalışmalarına ve analizine yönelik oldukça kısıtlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Bu araştırmanın, Türkiye'deki bankaların KSS alanındaki dönemsel gelişimi, faaliyet alanları, proje içerikleri ve birbirileri ile olan ilişkileri bütünsel olarak ele alması

bakımından önem taşımaktadır. Bu bağlamda araştırmanın daha sonra yapılacak olan çalışmalarda kaynak teşkil edebileceği öngörülmektedir.

3.3. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

- Araştırma, TBB ve TKBB tarafından 2019 yılı ilk üç aylık dönem içerisinde ilan edilen 53 aktif bankanın KSS çalışmalarını içermesi bakımından kısıtlıdır.
- Araştırma bankaların resmi internet adreslerinden alınan veriler ile sınırlıdır.
- Araştırmadaki veriler, pazarlama literatüründeki sosyal sorumluluk girişimleri ve BM sürdürülebilir kalkınma hedefleri indeksine göre analiz edilmesi bakımından kısıtlıdır.

3.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ

Bu araştırmada, TBB ve TKBB tarafından ilan edilen, tüm bankaların internet sitelerinde bulunan KSS çalışmaları evren olarak belirlenmiştir. Araştırmada TBB ve TKBB tarafından ilan edilen bankaların KSS faaliyetlerinin tamamının ele alınacak olması bakımından tam sayım yöntemi tercih edilmiştir. Veri toplama aşamasında, bankaların yalnızca resmi internet sitelerindeki veriler analiz edilmek üzere kayıt edilmiştir. Bu doğrultuda Türkiye'de faaliyet gösteren;

- Kamusal sermayeli mevduat bankaları,
- Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankaları,
- Özel sermayeli mevduat bankaları,
- Yabancı sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları,
- Özel sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları,
- Katılım bankaları olmak üzere; altı banka türünde bulunan bankaların resmi internet sitelerinde bulunan tüm KSS çalışmaları ele alınmıştır.

3.5. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Bu araştırmada ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bu veriler, bankaların KSS çalışmalarına ilişkin resmi internet sayfalarında yer alan bilgilerden faydalanılarak elde edilmiştir. Tablo 3.1.'de KSS çalışmaları bulunan bankaların, ilgili faaliyetlerine yönelik erişim linkleri yer almaktadır.

Tablo 3.1. Bankaların KSS Çalışmalarına Erişim Bağlantıları

Banka Adı	KSS Çalışmalarına Erişim Linki
Akbank	https://www.akbank.com/tr-tr/Yatirimci-iliskileri/Sayfalar/Kurumsal-Sosyal-Sorumluluk.aspx
Albaraka	https://www.albaraka.com.tr/surdurulebilirlik/kurumsal-sosyal-sorumluluk-calismalari.aspx
Alternatif Bank	https://www.alternatifbank.com.tr/media/6144/alternatifbank_2018_fr_tr_1103.pdf
Arap Türk Bankası	https://www.atbank.com.tr/documents/ARAP%20TURK%20BANKASI%20A.S.%202014%20YILI%20FAALIYET%20RAPORU%20.PDF
Bank Ok Amerıca Merrill Lynch	https://www.mlyb.com.tr/MLYB/FR/MLYB_FR
Cıtı Bank	https://www.citibank.com.tr/gcb/turkish/pdf/mikro_girisimci.pdf
Deniz Bank	https://www.denizbank.com/hakkimizda/sosyal-sorumluluk.aspx
Deutsche Bank	https://www.db.com/turkey/docs/Deutsche_Bank_2017_Turkish.pdf
Garanti Bankası	file:///C:/Users/Qx/Downloads/2011_05_02_surdurebilirlik_calismasi_2010.pdf
HSBC	https://www.hsbc.com.tr/hsbc-hakkinda/surdurulebilirlik/gelecege-gonulluyuz
ING	https://www.ing.com.tr/tr/ing/toplumsal-yatirimlarimiz/genel-bakis
Kuveyt Türk Bankası	https://www.kuveytturk.com.tr/hakkimizda/kuveyt-turk-hakkinda/degerlerimizle-buyuyoruz
Mufg Bank	https://www.tu.bk.mufg.jp/assets/annual_report_2016_tr.pdf
Nurol Yatırım Bankası	https://www.nurolbank.com.tr/bizdenhaberler.php?b=Nurolbank-Sosyal-Sorumluluk-Projeleri-&haber=1
Odea Bank	https://www.odeabank.com.tr/tr-TR/Hakkimizda/raporlar/YearlyActivityReport/ODEABANK_FAALIYET_RAPORU_

Pasha Yatırım Bankası	https://www.pashabank.com.tr/tr/haberler/
Qnb Finansbank	https://www.qnbfinansbank.com/qnb-finansbanki-taniyin/kurumsal-sosyal-sorumluluk/
Şekerbank	https://www.sekerbank.com.tr/hakkimizda/surdurulebilirlik
TEB Bankası	https://www.teb.com.tr/yatirimci/interaktif_2010/tr/m-1-10.aspx
TR Halkbankası	https://mediaservice.halkbank.com.tr/media/document/Halkbank/Biz/Surdurulebilirlik/raporlarveetkinlikler/
TR İş Bankası	https://www.isbank.com.tr/TR/hakkimizda/kurumsal-sosyal-sorumluluk/
Tr Sınai Kalkınma Bankası	http://www.tskb.com.tr/tr/hakkimizda/kurumsal-sosyal-sorumluluk/
Türkiye Finans Bankası	https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/hakkimizda/sayfalar/kurumsal-sosyal-sorumluluk.aspx
Vakıf Katılım Bankası	https://www.star.com.tr/guncel/vakif-katilimla-kus-evleri-yeniden-canlaniyor-haber-1275935/
Vakıfbank	https://www.vakifbank.com.tr/sosyal-sorumluluk.aspx?pageID=128
Yapı Kredi	http://www.yapikredikss.com.tr/sosyal-sorumluluk-projelerimiz/
Ziraat Bankası	http://ebulten.ziraatbank.com.tr/tr/s/d/ziraatweb/tr/m-1-11.html

(**Kaynak:** Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.)

3.6. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırma kapsamında, belirli unsurlar, metinler, kurumsal yıllık faaliyet raporları, şirket bildirileri, makale ve süreçler bakımından önemli teorilerin ilerlemesinde etkin rol alan içerik analizinde geniş bir perspektif sunan (Smith, 2007: 142) ikincil verilerden faydalanılmıştır. Bankaların internet sitelerinde bulunan KSS raporları, derinlemesine bir araştırma yapılarak detaylandırıldığı kategorilerde yorumlanmıştır.

Bankaların KSS çalışmaları bütüncül bir anlayışla işlenmiştir. Çalışmanın analizinde kullanılmak üzere elde edilen KSS verileri; '' Banka türü, banka adı, çalışma başlığı, proje adı, faaliyet yılı, proje iştirakleri, proje içeri ve projeye erişim linki'' filtreleri uygulanarak, tek dosyada kodlanmıştır. Araştırma sırasında bilgilere hızlı ve doğru erişim amacı ile veri depolama matrisi oluşturulmuştur. Verilerin toparlanması, bir amaç doğrultusunda örneklem alınması, dokümanların ve metin veya görsellerin analizi, verilerin tablolar ve sayılarla nicelleştirilmesi ve bulguların kişisel olarak yorumlanması (Creswell, 2017: 22) bakımından, bireyler veya grupların bir sosyal ya da insani sorunu atfettikleri anlamlara değinen ve araştırma problemlerinin incelenmesini içeren yorumlayıcı/kuramsal çerçevelerin kullanılmasıyla başlayan (Creswell, 2018: 44); verilerin karmaşık bir yapıdan arındırılarak açıklaması ve yorumlanması gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada, TBB ve TKBB tarafından ilan edilen bankaların tablo 3.1.'de verilmiş olan resmi internet adresleri üzerinden elde edilen veriler;

- Pazarlama Literatüründe Bulunan ''Sosyal Sorumluluk Girişimleri'' (Kotler ve Lee, 2015) ve
- ''BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'' çerçevesinde analiz edilmiştir.

3.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu aşamasında, sosyal girişim hedefleri ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda bankaların KSS raporlarında yer verdikleri çalışmaları analiz edilmiştir. Verilerin, her iki ölçütteki değişkenler ile bağdaşan çalışmaları eşleştirilerek analizleri yapılmış olup, tablo ve grafikler halinde sunulmuştur.

Araştırma kapsamında kullanılmış olan her iki girişime ait ilkeler aşağıda bulunan tablo 3.2. ve tablo 3.3.'deki gibidir. Ölçütlerin içeriklerinin daha iyi anlaşılması bakımından her iki ölçüt için, bankaların sosyal sorumluluk projelerinden biri ile eşleştirilerek tablo haline getirilmiştir.

Tablo 3.2 Bankaların KSS Çalışmalarının Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Örnekleri

İlkeler	İlkenin Açıklaması	Banka Adı	KSS Çalışmasının Adı ve İçeriği
Kurumsal Sosyal Pazarlama	Toplumdaki yanlış alışkanlıkları değiştirmek ve belirli konularda davranış değişikliklerine katkıda bulunarak, insanları bilinçlendirmek.	Akbank	''Akbank Ekonominin Kahramanları Çocuklar'' Akbank, hazırladığı internet sitesi ile sınıf içi etkinliklerde çocuklarla oyun oynayarak tasarrufu anlattığı kutu oyunu, afiş, sertifika gibi materyaller ve Akbank Uğurböceği Kumbarası "Kumbirik" ile "Tasarruf" konusuna dikkat çekmeye çalışmaktadır.
Sosyal Amaçlı Teşvikler	Burs, hibe vb. destekler ile sosyal sorumluluk çalışmalarına teşviklerde bulunmak.	Halkbank	''Kaybolan Meslekler Fotoğraf Yarışması'' Esnaf ve Sanatkârlar Derneği'nin kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerin yaşatılması ve gelecek kuşaklara aktarılması amacıyla düzenlediği yarışmada, bu mesleklerin hatırlanmasına ve canlanmasına katkı sağlamayı amaçlıyor.
Amaca Yönelik Pazarlama	İşletmenin gelirlerinin belli bir yüzdeliğini veya kısmını sosyal sorumluluk içeren bir amaca bağışlama.	Albaraka	'' Yuvarla Entegrasyonu'' Kredi kartıyla yapılan alışverişlerde kuruşların yuvarlanarak sivil toplum kuruluşlarına bağışlanmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilmektedir.
Kurumsal Hayırseverlik	Sosyal sorumluluk bilinciyle oluşturulan faaliyetlere direkt destek vermek veya gerçekleştirmek.	İş Bankası A.Ş.	"81 İlden 81 Öğrenci" İş Bankası 1939 da yaşanan Erzincan deprem felaketi sonrasında 83 depremzede çocuğun Darüşşafaka'daki eğitim giderlerini üstlenerek, Darüşşafaka sınavını kazanan 81 ilden 81 öğrencinin Darüşşafaka'daki eğitim masrafları karşılamaktadır..

İşyeri Gönüllülüğü	İşyeri çalışanlarında sosyal sorumluluk bilinci oluşturmak ve faaliyetlerde onları da paydaş kabul etmek.	Yapı Kredi Bankası	Yapıkredi Genel Muhasebe çalışanı gönüllüleri, yılbaşı, bayram gibi özel günlerin öncesinde Lösev'in standlarını Bankacılık Üssü ve Plaza'da açıp, kendileri de standda aktif görev alarak satış yaparak ve Lösev'e gelir yaratmışlardır.
KSS Esaslı İş Uygulamaları	Sosyal sorumluluk içeren iş uygulamaları ve prosedürleri benimsemek, uygulamak	HSBC	‘‘Mikrokredi ile Topluma Destek Projesi’’ Kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla, 2007 yılında TİSVA (Türkiye İsrafı Önleme Vakfı), TOG ve KEDV (Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı) ile Ankara, Samsun ve İstanbul kentlerinde faaliyetlere başlanıldı. 5 yıl içinde kadın girişimciler için 5 milyon dolarlık kredi desteği sağlanmıştır.

(**Kaynak**: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.)

Tablo 3.3. Bankaların KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Örnekleri

Hedefler	Kurum Adı	Yıl (Dönem)	Projenin Adı	KSS Çalışmasının Adı ve İçeriği
Hedef 1: Yoksulluk Yok	Garanti Bankası	2012	‘’Artık Çocuklar Üşümeyecek Kampanyası’’	2011 yılı Ocak ayında Artık Çocuklar Üşümeyecek kampanyası kapsamında 1.400 adet yeni bot ve 500 adet kullanılabilir mont 7 coğrafi bölgeye gönderilmiştir.
Hedef 2: Sıfır Açlık	Ziraat Bankası	2011	‘’Sosyal Sorumluluk’’	Afrika’da ortaya çıkan kuraklık nedeniyle yurtlarını terk ederek muhtaç ve mağdur duruma düşen dost ve kardeş halklara yardım sağlamak amacıyla bağışta bulunmuştur.
Hedef 3: Sağlık ve Refah	Deutsche Bank A.Ş.	2017	‘’Down Sendromu Hakkında Farkındalık Yaratmak’’	Down Sendromu konusuna dikkat çekmek için Deutsche Bank çalışanlarının Şeker Bayram’ı kendilerine Down Sendromu Derneği’nin çikolatası ve broşürleri dağıtılarak kutlanılmıştır. Dar gelirli bir ailenin down sendromlu çocuğunun daha iyi şartlarda yaşayabilmesi için banka çalışanları tarafından gerekli destek sağlanmıştır. Ayrıca geri dönüşüm için kullanılmak üzere gazeteler toplanarak dernek merkezine gönderilmiştir.
Hedef 4: Kaliteli Eğitim	TR Sınai Kalkınma Bankası	2018	‘’Eğitime Üretime’’	TEV ile geliştirilen proje kapsamında üniversite öğrencisi kızlar destekleniyor. Klasik anlamdaki bir burs fonu olmanın ötesinde, daha çok kadının iş hayatında yer almasını sağlama hedefiyle, mentörlük, eğitim ve staj gibi adımları barındırmaktadır.
Hedef 5: Cinsiyet Eşitliği	Türkiye Halkbankası	2014-2015	‘’Kadın Girişimcilik Kampı’’	TUBİTAK Martek ve KADEM iş birliğinde, 2015 yılında kadınların girişimcilik yeteneklerinin arttırılması ve nitelikli istihdam oluşturma potansiyeli yüksek teşebbüslere dönüştürebilmeleri amacıyla Kadın Girişimcilik Kampı’na Halkbank sponsor olmuştur.

Hedef 6: Temiz Su Erişimi ve Sağlıklı Kaynaklar	HSBC	2015-2016-2017-2018	‘‘Su Kâşifi’’	Su bilincinin oluşturulması ve suyun korunmasını desteklemek amacıyla, HSBC Su Programı kapsamında Mikado Sürdürülebilir Kalkınma Danışmanlığı ile yürütülen “Su Kâşifi” programı üç yılda Türkiye genelinde 300’ün üzerinde ilkokul ve ortaokulda uygulanmıştır.
Hedef 7: Satın Alınabilir ve Kullanılabilir Enerji	TEB Bankası	2010	‘‘Kredi Anlaşması’’	İşletmelerin çevre yatırımlarını desteklemek amacıyla Fransız Kalkınma Ajansı (Agence Française de Development-AFD) ile 50 milyon Euro değerinde kredi anlaşması imzalamıştır. Kaynak, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji yatırımları yapacak işletmelere sunulmaya başlanmıştır.
Hedef 8: Çalışılabilir İş ve Ekonomik Büyüme	Akbank	2009	‘‘Daha İyi Bir Dünya İçin’’	Akbank, küresel ilkeler sözleşmesini imzalayarak, insan haklarına saygı, güvenli ve nezih iş ortamı sağlanması, çevrenin korunması ve şeffaf kurumsal yönetimi kapsayan politika ve uygulamalarla, çalışanlara ve topluma sürdürülebilir değer ve fayda sağlamak gibi konularda sorumluluk almaktadır.
Hedef 9: Sanayi ve İnovasyon ile Altyapı Yatırımları Üretmek	Türkiye Halkbankası	2014-2015	‘‘Teknolojinin Yıldızları Ödül Töreni’’	Yıldız Teknik Üniversitesi akademisyenleri ve öğrencilerinin katılımıyla yapılan oylama ve seçici kurul değerlendirmesi sonucu Ar-Ge ve inovasyon yapan firmalar arasından belirlenen “2015 Teknolojinin Yıldızları” ödülleri Halkbank sponsorluğunda sahiplerine verilmiştir.
Hedef 10: İnsanlar Arasındaki Eşitsizliği Ortadan Kaldırmak	Yapı Kredi	2008	‘‘Engelsiz Bankacılık Programı’’	www.engelsizbankacilik.com internet sitesiyle bir ilk olmayı daha başararak, Türkiye’deki engelli vatandaşların finans sektörüne erişimini kolaylaştırmaktadır.

Hedef 11: Sürdürülebilir Şehirler	Bank Of Amerıca Merrill Lynch	2016	‘‘Sosyal Sorumluluk’’	Sabancı Müzesi’nde bulunan, Türk kültürünün önemli bir parçası olan Osman Hamdi’nin altı adet resminin restorasyonuna destek olunmuştur. 2016-2017 yılında ise Koç Üniversitesi-İstanbul Arkeoloji müzesi ortak çalışma kapsamında Roma ve Bizans döneminden kalma 548 eserin restorasyonuna katkıda bulunulmaktadır.
Hedef 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim Politikaları	QNB Finansbank	2017	‘‘Finansçının Eski Telefonu Bir Dileğe Dönüşsün’’	Finansçıların kullanmadıkları cep telefonlarını, dizüstü bilgisayarları ve tabletleri geri dönüşüme gönderiliyor. Geri dönüşümden elde edilen gelir, hasta çocukların aileleri için Bir Dileğim Var Derneği tarafından yapılan konukevi projesine bağışlanıyor. Bu proje ile uzun süreli tedavi gören çocukların aileleriyle yakın olabilmeleri için konukevi yapılırken aynı zamanda teknolojik atıkların güvenli bir şekilde imha edilmesini sağlanmaktadır.
Hedef 13: İklim Değişikliği ve Etkileri için İvedilikle Yapılacaklar	HSBC	2008	‘‘Toplumla El Ele’’	Türkiye’de çeşitli aktivitelerde yer alan İklim Şampiyonları, Özel Sektör Gönüllüleri Derneği işbirliğiyle pilot okullarda “çevre ve iklim değişikliği” konusunda ders vermeye başlamışlardır.
Hedef 14: Su Altı Yaşamın korunması ve Sürdürülmesi	ING	2017	‘‘5 Haziran Çevre Günü’’	Turuncu Kalpler, 5 Haziran Çevre Farkındalık Günü’nde Deniz Temiz Derneği Ve TURMEPA projesi olan “Kıyı Temizleme Hareketi”ne destek olmuştur. 56 gönüllü çalışan, İstanbul Kınalıada ve İzmir kıyılarından toplam116 kg çöp çıkartmıştır.
Hedef 15: Ormanların Yaşaması ve Sürdürülebilirliğinin Sağlanması	Odea Bank	2018	‘‘Odeabank Oksijen Hesap’’	TEMA Vakfı ile “Odeabank Oksijen Hesap ile geleceğin oksijeni teminat altında” aktif oksijen hesap sahipleri, TEMA Vakfı’nın Doğa Eğitim Projeleri’nde çocukların doğa eğitimine katkı veya Balıkesir Ağaçlandırma Sahası için fidan bağışı yapabilme hakkı kazanmaktadır.

Hedef 16: Adil, Barışçıl, Güçlü Toplumların Oluşmasına Destek Olmak	HSBC	2014	‘‘Toplumla El Ele’’	HSBC Türkiye ve Türkiye Çocuklara Yeniden Özgürlük Vakfı işbirliğinde gerçekleştirilen Gençlik Merkezi Programı, İstanbul Çocuk Mahkemelerinin yönlendirdiği tutuksuz yargılanan, tahliye olmuş ve risk altında, İstanbul’da ailesi ile yaşayan çocukların suça sürüklenmelerinin önlenmesine yönelik olarak yapılandırılmıştır.
Hedef 17: Sürdürülebilir Kalkınmada İş Birlikleri Oluşturmak	Şekerbank	2009	‘‘EKOKredi’’	Şekerbank, son yıllarda dünya gündeminin ön sıralarında yer alan enerji tasarrufu ve verimliliği konusundaki ulusal ve uluslararası iş birliklerini, Mayıs 2009’da “EKOkredi; enerjiyi ve emeği koruyan kredi” adlı ürünü ile somutlaştırmıştır. Şekerbank, bu ürün ile enerji tasarrufu yatırımlarını ve harcamalarını uygun koşullarda finanse etmenin yanı sıra iletişim çalışmaları ve STK iş birlikleri ile enerji verimliliği ile ilgili olarak toplum genelinde farkındalık oluşturmayı amaçlamaktadır.

(Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.)

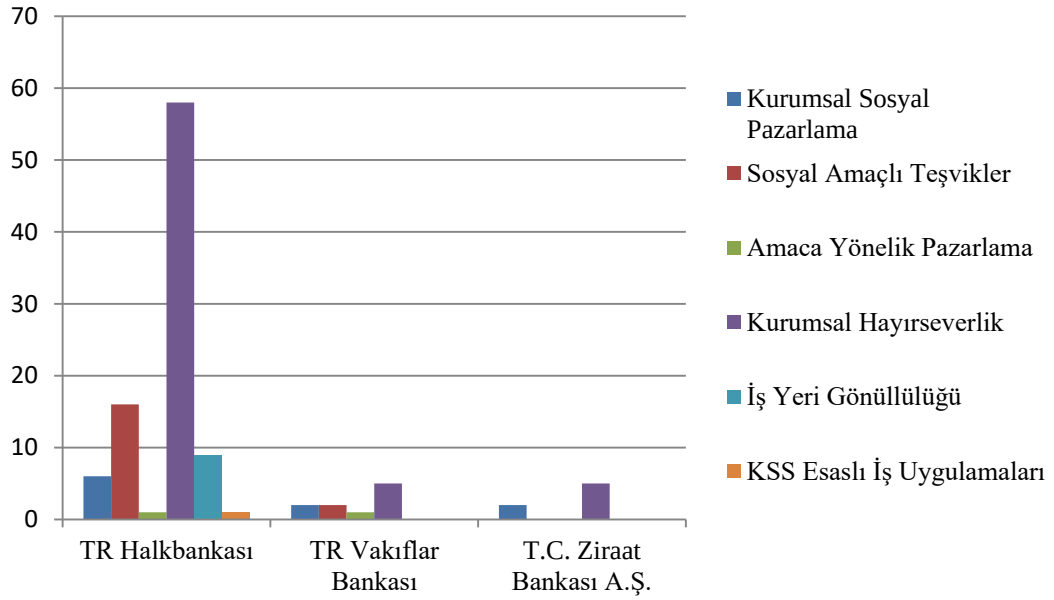
3.7.1. Bankaların KSS Faaliyetlerinin Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi

Tablo 3.4.' te, kamusal sermayeli bankaların yapmış olduğu KSS çalışmalarına, sosyal sorumluluk girişimleri çerçevesinde yer verilmiştir.

Tablo 3.4. Kamusal Sermayeli Bankaların KSS Faaliyetlerinin, Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi

Sosyal Sorumluluk Girişim İlkeleri	**T.C. Ziraat Bankası**	**Türkiye Vakıflar Bankası**	**Türkiye Halk Bankası**	**TOPLAM**
Kurumsal Sosyal Pazarlama	2	2	6	10
Sosyal Amaçlı Teşvikler		2	16	18
Amaca Yönelik Pazarlama		1	1	2
Kurumsal Hayırseverlik	5	5	58	68
İşyeri Gönüllülüğü			9	9
KSS Esaslı İş Uygulamaları			1	1
TOPLAM	7	10	91	108

Tablo 3.4.'de KSS çalışması olan kamusal sermayeli bankalar, sosyal sorumluluk girişimleri ölçüt alınarak analiz edilmiştir. Türkiye'de faaliyet gösteren kamusal sermayeli tüm bankaların, KSS çalışmalarının olduğu saptanmış olup; özellikle KSS esaslı iş uygulamaları ve amaca yönelik pazarlama alanında çalışmalarından ziyade, topluma karşı hayırseverlik içeren faaliyetlerde daha fazla bulundukları tespit edilmiştir. Her üç bankanın da en çok kurumsal hayırseverlik alanında çalışmaları olduğu, bunu sosyal amaçlı teşvikler ve kurumsal sosyal pazarlama çalışmalarının takip ettiği görülmektedir.



Şekil 3.1. Kamusal Sermayeli Bankaların KSS Faaliyetlerinin, Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

Şekil 3.1.'de kamusal sermayeli bankaların internet sitelerinden ulaşılan toplam 108 proje içerisinde %84.26 oranı ile Halkbank'ın ilk sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Halkbank'ı, %9.26 ile Vakıflar Bankası takip ederken; T.C. Ziraat Bankası A.Ş. ise %6.48 oranında yer aldığı sonucu çıkarılmıştır.

Kurumsal sosyal pazarlama alanında Halk Bankası %60 oranında KSS çalışmaları yapmış iken; TC. Ziraat Bankası ve Vakıflar Bankasının ise %20 oranlarında sosyal sorumluluk çalışmaları yaptığı görülmektedir.

Sosyal amaçlı teşvikler ile alakalı KSS çalışmalarında, TC. Ziraat Bankasına ait herhangi bir veri bulunmamakla birlikte; Türkiye Halk Bankası %88,89, Vakıflar Bankası ise %11,11 oranında faaliyet göstermiştir.

Amaca yönelik pazarlama alanında gerçekleştirilen 2 projeye ulaşılmış olup, %50 oranında TR Halk Bankası, %50 oranında ise Vakıflar Bankası'na ait birer adet projeye ulaşılmıştır. TC. Ziraat Bankasının ise, bir satıştan kaynaklanan yüzdelik bağışların oluştuğu herhangi bir projeyi tercih etmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. İşyeri gönüllüğü alanına yönelik bulunan 9 projede, TR Halk Bank'ın %100 lük bir katılımla bu alanda çalışmaları olduğu tespit edilmiştir.

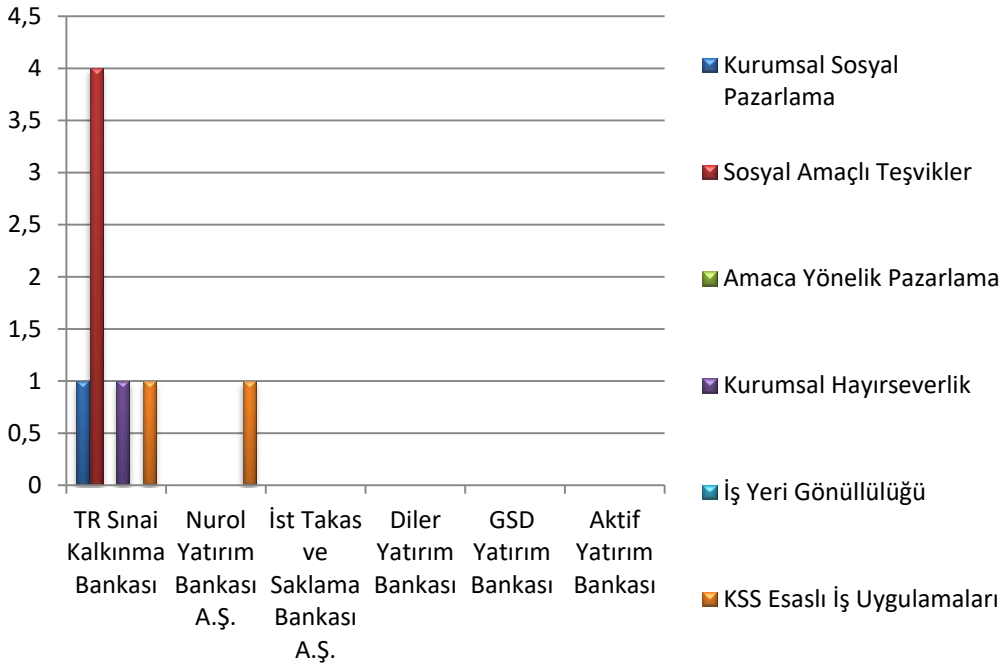
En çok faaliyet gösterilen KSS alanı olan kurumsal hayırseverlikte; Halkbank %85,29 gibi yüksek bir oranda, TC. Ziraat Bankası ve Vakıflar Bankası ise %7,35 oranıyla grafikte yer almaktadır.

Tablo 3.5. Özel Sermayeli Bankaların Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi

Sosyal Sorumluluk Girişim İlkeleri	Tr Sınai Kalkınma Bankası	Nurol Yatırım Bankası	Aktif Yatırım Bankası	Diler Yatırım Bankası	GSD Yatırım Bankası	İstanbul Takas Bankası	**TOPLAM**
Kurumsal Sosyal Pazarlama	1						1
Sosyal Amaçlı Teşvikler	4						4
Amaca Yönelik Pazarlama							0
Kurumsal Hayırseverlik	1						1
İşyeri Gönüllülüğü							0
KSS Esaslı İş Uygulamaları	1	1					2
TOPLAM	7	1	0	0	0	0	8

Özel sermayeli kamusal bankaların KSS çalışmalarında iki bankaya ait verilere ulaşılmıştır. Bu bağlamda Nurol Yatırım Bankası'nın sadece KSS esaslı iş uygulamalarında çalıştığı görülürken, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası'nın birçok ilkeye yönelik çalışmaları daha yüksek oranlarda ortaya çıkmıştır. Ayrıca çevrimiçi taramalar sonucunda diğer bankalara ait herhangi bir veriye ulaşılamamıştır.

Verilere ilişkin, ilkeler doğrultusunda oransal bir analiz yapılmak istenilmiştir. Buna ilişkin yapılmış olan oransal dağılım Şekil 3.2.'de yer almaktadır.



Şekil 3.2. Özel Sermayeli Bankaların KSS Çalışmalarının Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

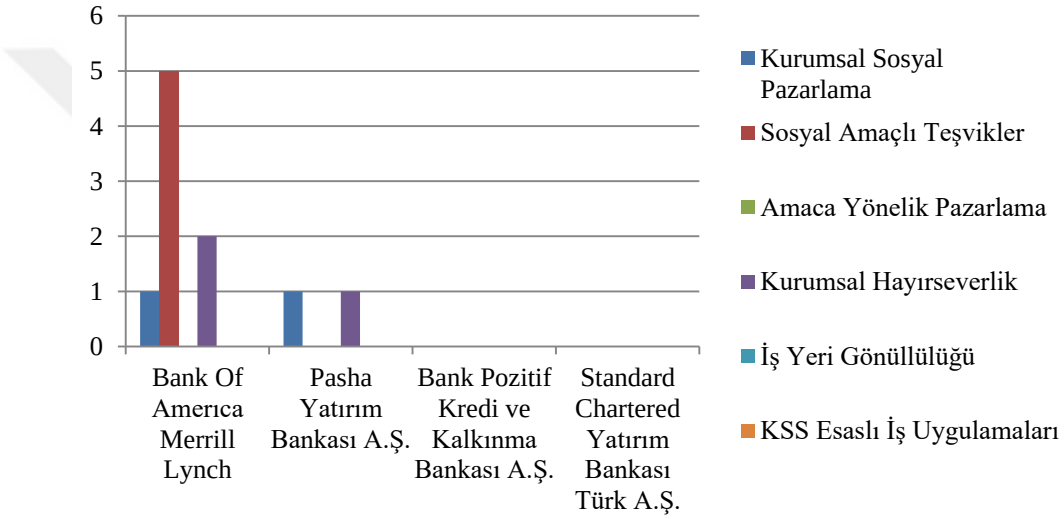
Şekil 3.2.'de, Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankasının, %100 gibi önemli bir oranda sosyal amaçlı teşvikleri desteklediği, kurumsal hayırseverlik ve kurumsal sosyal pazarlama faaliyetlerinde bulunarak KSS bağlamında birinci sırada olduğu görülmektedir. Bu verilerin yanı sıra, %50 gibi ortalama bir oranda KSS esaslı iş uygulamaları yapan bankayı yine %50 oranıyla Nurol yatırım Bankası A.Ş. eş bir oran ile yakalamıştır.

Tablo 3.6. Yabancı Sermayeli Bankaların Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi

Sosyal Sorumluluk Girişimleri	Bank of America Merrill Lynch	Pasha Yatırım Bankası	Bank Pozitif Kredi ve Kalkınma Bankası	Standard Chartered Yatırım Bankası	**TOPLAM**
Kurumsal Sosyal Pazarlama	1	1			2
Sosyal Amaçlı Teşvikler	5				5
Amaca Yönelik Pazarlama					0
Kurumsal	2	1			3

Hayırseverlik					
İşyeri Gönüllülüğü					0
KSS Esaslı İş Uygulamaları					0
TOPLAM	8	2	0	0	10

Yabancı sermayeli yatırım bankalarında Bank of America Merrill Lynch' a ait toplam 8 KSS projesi bulunurken, Pasha Yatırım Bankası A.Ş. sadece 2 KSS projesiyle ikinci sırada yer almaktadır. Bank Pozitif Kredi ve Kalkınma Bankası ve Standard Chartered Yatırım Bankası'na ait herhangi bir veriye ulaşılmamıştır.



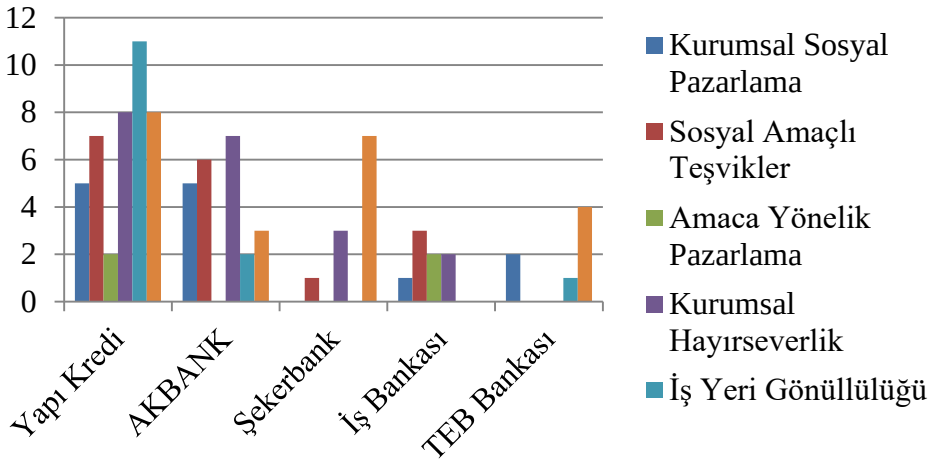
Şekil 3.3. Yabancı Sermayeli Yatırım Bankalarına ait KSS Çalışmalarının Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

Şekil 3.3'ü incelediğimizde, Bank of America Merrill Lynch bankasının uygulanmış olan KSS çalışmaları bağlamında, sosyal amaçlı teşviklerde %100, kurumsal hayırseverlikte %66.67, kurumsal sosyal pazarlamada ise %50 gibi bir oranla 4 banka arasında ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Pasha Yatırım Bankası A.Ş. kurumsal hayırseverlikte %33,33, kurumsal sosyal pazarlamada %50 oranıyla yer almaktadır.

Tablo 3.7. Özel Sermayeli Mevduat Bankalarının Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi

Sosyal Sorumluluk Girişimleri	Akbank	İş Bankası	Şekerbank	Yapıkredi	TEB Bankası	Adabank	Anadolu Bank	Fibabanka	Turkish Bank	Türk Ekonomi Bankası	**TOPLAM**
Kurumsal Sosyal Pazarlama	5	1		5	2						13
Sosyal Amaçlı Teşvikler	6	3	1	7	1						18
Amaca Yönelik Pazarlama		2		2							4
Kurumsal Hayırseverlik	7	2	3	8							20
İşyeri Gönüllülüğü	2			11							13
KSS Esaslı İş Uygulamaları	3		7	8	4						22
TOPLAM	23	8	11	41	7	0	0	0	0	0	90

Tablo 3.7.' de Türkiye'deki bankaların önemli bir kısmının özel sermayeli mevduat bankası sınıfında olduğu görülmektedir. Ancak bu bankalardan, beş bankanın aktif olarak KSS çalışmaları olduğunu ifade etmek mümkündür. Akbank, İş Bankası, Şekerbank, Yapı Kredi ve TEB bankası KSS çalışmalarında yer alarak toplumun ihtiyaç ve beklentilerine cevap vermeye çalıştıkları anlaşılmaktadır. Adabank, Anadolu Bank, Fiba Banka, Turkish Bank ve Türk Ekonomi Bankasının bu ihtiyaç ve beklentilere karşı bir çalışmasına rastlanılmamıştır.



Şekil 3.4. Özel Sermayeli Mevduat Bankalarına ait KSS Çalışmalarının Kotler'in Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

Ölçütün parametrelerinden biri olan iş yeri gönüllülüğü, Yapı kredi bankası tarafından %78,57 oranıyla önemli bir fark oluşturmaktadır. Bu ivmeyi, %14,29 oranıyla Akbank, %7,14 oranıyla ise TEB Bankası takip ederek üçüncü sırada yer almaktadır. İş Bankası ve Şekerbank' da ise iş yeri gönüllülüğüne ait herhangi bir çalışma bulunamamıştır.

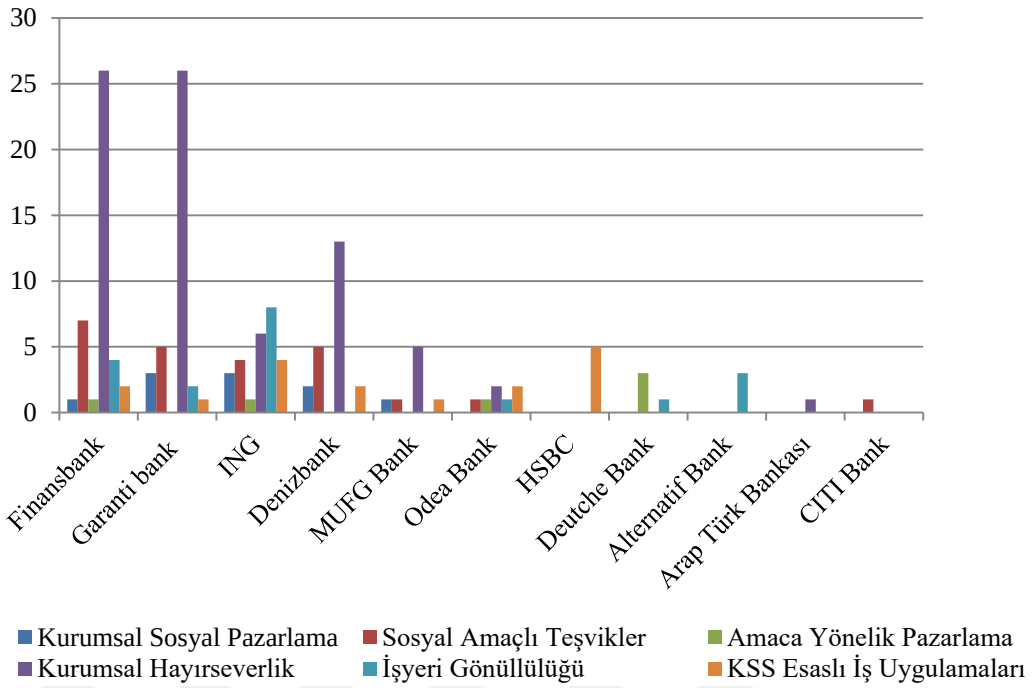
Akbank ve Yapı Kredi bankasının % 38,46 oranı ile kurumsal sosyal pazarlama alanında eşit bir oranda çalışmalar yaptıkları anlaşılmaktadır. TEB bankası bu oranları %15,38 gibi bir oran ile takip etmekte ve dördüncü derece ise %7,69 oranı ile İş Bankasına ait durumdadır. Şekerbank'ın ise bu alanda bir çalışmasının bulunmaması dikkat çekmektedir. Sosyal amaçlı teşviklerde yine lider konumda olan Yapı Kredi bankasının %41,18 KSS oranını, en yakın olan Akbank %35,29 oranıyla karşılamaktadır. İş bankası %17,65 oranıyla üçüncü sırada, Şekerbank ise %5,88 gibi düşük bir oran ile son sırada ortaya çıkmaktadır.

Amaca yönelik pazarlama alanında Yapı Kredi Bankası %50 oranında, İş Bankası ise %50 'lik bir oran ile bu alanda çalışan bankalardır. Toplum açısından önem teşkil eden kurumsal hayırseverlik kavramı ise katılımın ve faaliyetlerin yoğun olduğu bir ölçüt alanıdır. Bu alanda; %40 Yapıkredi, %35 oranı ile Akbank, %15 Şekerbank ve %10 oranıyla İş Bankasının çalışmalar yaptıkları görülmektedir. KSS esaslı iş uygulamalarında %36,36 oranında Yapı kredi bankasının bulunmakta, TEB Bankası %18,18 oranında iken, Akbank ise %13,64 oranıyla dördüncü sıralamadadır. İş Bankasının bu alanda herhangi bir çalışmasına rastlanılmamıştır.

Tablo 3.8. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankaların Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi

Sosyal Sorumluluk Girişimleri	Alternatif Bank	Arap Türk Bankası	CITI Bank	Denız Bank	Deutche Bank	Garanti Bankası	HSBC	ING	MUFG Bank	ODEA BANK	Finansbank	**TOPLAM**
Kurumsal Sosyal Pazarlama				2		3		3	1		1	10
Sosyal Amaçlı Teşvikler			1	5		5		4	1	1	7	24
Amaca Yönelik Pazarlama					3			1		1	1	6
Kurumsal Hayırseverlik		1		13		26		6	5	2	26	79
İşyeri Gönüllülüğü	3				1	2		8		1	4	19
KSS Esaslı İş Uygulamaları				2		1	5	4	1	2	2	17
TOPLAM	3	1	1	22	4	37	5	26	8	7	41	155

Tablo 3.8.'de yer alan her iki banka da kurumsal hayırseverlik alanında KSS çalışmalarında performans göstermiştir. Bununla birlikte sosyal amaçlı teşviklere de yönelmişlerdir. ING ve Denizbank ise da kurumsal hayırseverlikte daha fazla proje gerçekleştirmişlerdir. MUFG Bank ve Odea Bank az sayıda KSS çalışmasında yer alırken, Arap Türk Bankası ve Citi Bank'ın yalnızca bir alanda çalıştıkları görülmektedir. Bank of China Turkey, Burgan Bank, ICBC Turkey Bank, Rabobank ve Turkland Bank' a ait herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.



Şekil 3.5. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankalara ait KSS Çalışmalarının Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

Şekil 3.5. ele alındığında, kurumsal hayırseverlik ilkesi ile bağdaşan projelerde%32,91 oranıyla hem Finansbank hem de Garanti Bankası ilk sırada yer almaktadırlar. Denizbank %16,46 oranıyla bu alanda üçüncü sırada iken, ING Bank%7,59 oranıyla dördüncü sıralamada yer almaktadır. MUFG Bank %6,33, ODEA Bank 2,53 ve son sıralamada ise %1,57 oranı ile Arap Türk Bankası yer almaktadır.

Sosyal amaçlı teşvikler alanında, Finansbank %29,17, Denizbank ve Garanti Bankası'nın %20,83 oranıyla çalıştıkları, ING Bank'ın ise bu alanda %16,67 oranıyla üçüncü sıralamada bulunduğu anlaşılmaktadır. CITI Bank, MUFG Bank ve ODEA Bank ise %4,17 oranıyla son sıralamadadırlar.

Bankaların çalışanları ilgilendiren iş yeri gönüllülüğü ilkesinde, ING Bank'ın %42,11 oranıyla, Finansbank, %21,05 oranında yer alırken, Alternatif Bank'ın sadece bu alanda çalışarak %15,79 gibi önemli bir oranda performans göstermesi dikkat çekmektedir. Garanti Bankası %10,53, ODEA Bank ve Deutsche Bank ise, %5,26 oranları ile bu alanda yer almaktadırlar.

KSS esaslı iş uygulamaları ile alakalı banka çalışmalarında, HSBC'nin %29,41 oranında ilk sırada olduğu, Denizbank, ODEA Bank ve Finansbank'ın ise

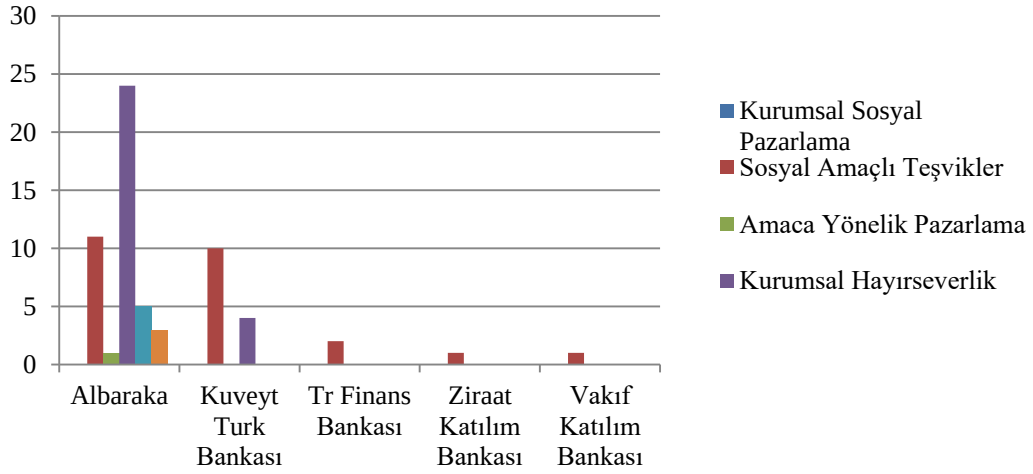
%11,76 oranlarıyla aynı oranlarda bulundukları görülmektedir. Garanti Bankası'nın en düşük katılım gösterdiği bu alanda %5,88 oranıyla MUFG Bankta aynı oranda son sıralamada yer almaktadır.

Kurumsal sosyal pazarlama alanında yapılan çalışmalarda, %30 oranıyla ING Bank ve Garanti bankası bulunurken, Denizbank %20 oranıyla takip etmektedir. MUFG Bank ve Finansbank ise %10 oranında bu alanda çalışmalarıyla son sırada yer almaktadırlar. Amaca yönelik pazarlama alanında gerçekleşen çalışmalardan %50'lik kısım Deutsche Bank'a ait, %16,67 oranlarıyla ING Bank, ODEA Bank ve Finans Bank son sıralamada bulunmaktadırlar.

Tablo 3.9. Katılım Bankalarının Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Analizi

Sosyal Sorumluluk Girişimleri	Albaraka Türk	Kuveyt Türk Bankası	Türkiye Finans Bankası	Ziraat Katılım Bankası	Vakıf Katılım Bankası	**Toplam**
Kurumsal Sosyal Pazarlama						0
Sosyal Amaçlı Teşvikler	11	10	2	1	1	25
Amaca Yönelik Pazarlama	1					1
Kurumsal Hayırseverlik	24	4				28
İşyeri Gönüllülüğü	5					5
KSS Esaslı İş Uygulamaları	3					3
TOPLAM	44	14	2	1	1	62

Katılım bankaları incelendiğinde KSS bağlamında 62 çalışma başlığında proje gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu alanda Albaraka'nın 44 proje ile diğer KSS çalışmalarını üstlendiği göze çarpmaktadır. Albaraka'yı 14 KSS projesi ile Kuveyt Türk takip etmektedir. Sosyal amaçlı teşvikleri içeren, Türkiye Finans Bankasına ait 2, Ziraat Katılım Bankasına ait 1, Vakıf Katılım Bankasına ait yalnızca 1 KSS projesi yer almaktadır.



Şekil 3.6. Katılım Bankalarına ait KSS Çalışmalarının Kotler'in Sosyal Sorumluluk Girişimleri Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

Şekil 3.6.' da Albaraka'nın %85,71 gibi yüksek bir oranda çalışmalar yapmıştır. Bu oranı %14.29 ile Kuveyt Türk takip etmekte, diğer bankalara ait herhangi bir veri bulunmamaktadır. Sosyal Amaçlı teşvikler alanında, Albaraka %44,00, Kuveyt Türk Bankası %40, Türkiye Finans Bankası %8, Ziraat ve Vakıf katılım Bankası ise %8'er oranlarıyla faaliyette bulunmuşlardır.

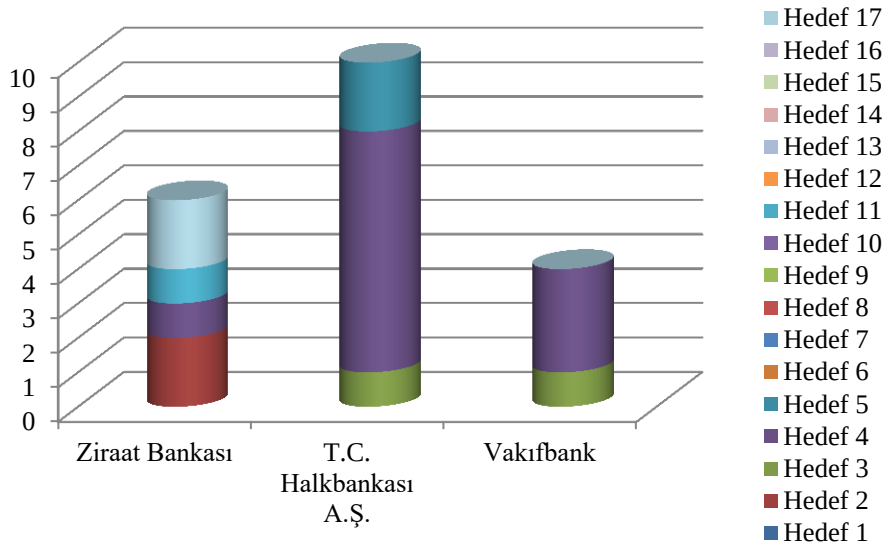
3.7.2. Bankaların KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Çerçevesinde Analizi

TBB VE TKBB tarafından resmi olarak ilan edilen, Türkiye'de faaliyetlerde bulunan bankaların KSS çalışmaları BM sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda analiz edilmiştir. Tablo ve grafiklerde yer verilen BM sürdürülebilirlik hedeflerinin banka çalışmaları ile analizi aşağıdaki tabloda verilmiştir. BM sürdürülebilirlik kalkınma hedeflerinin içeriğine ilişkin detaylı açıklama, araştırmanın 70-81 sayfaları arasında bulunmaktadır.

Tablo 3.10. Kamusal Sermayeli Mevduat Bankalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Analizi

	Ziraat Bankası	T.C. Halkbankası	Vakıfbank	Toplam
Hedef 1				0
Hedef 2	2			2
Hedef 3		1	1	2
Hedef 4	1	7	3	11
Hedef 5		2		2
Hedef 6				0
Hedef 7				0
Hedef 8				0
Hedef 9				0
Hedef 10				0
Hedef 11	1			1
Hedef 12				0
Hedef 13				0
Hedef 14				0
Hedef 15				0
Hedef 16				0
Hedef 17	2			2
Toplam	6	10	4	20

Kamusal sermayeli mevduat bankaları çalışmalarında, BM sürdürülebilirlik ilkelerine göre hedef 4 ilkesi en çok çalışılan sorumluluk alanı olmuştur. BM sürdürülebilirlik ilkeleri göz önüne alındığında T.C. Halkbank özellikle eğitim, sağlık, refah ve cinsiyet alanlarında çalışmış iken; Ziraat Bankası ise, açlık, eğitim, sürdürülebilir şehirler ve sürdürülebilir kalkınmada iş birliği odaklı sorumluluk uygulamalarında bulunmuştur. KSS çalışmaları bağlamında en alt sırada yer alan Vakıfbank ise, en çok eğitim konusuna yönelmiş, bu alanların dışında az da olsa sağlık, refah, cinsiyet ayrımına yönelik girişimlerde bulunmuştur.



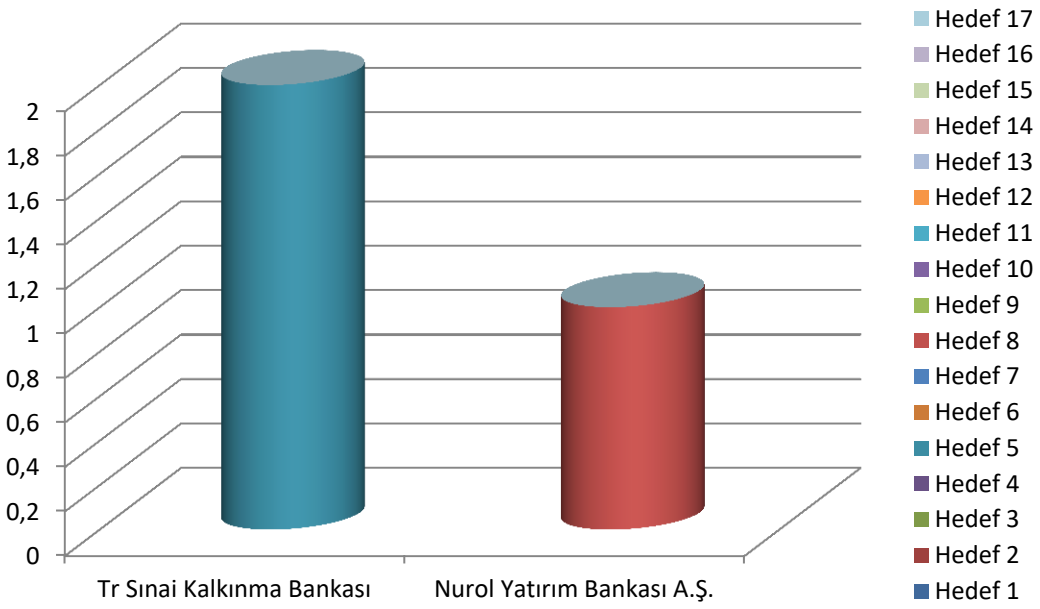
Şekil 3.7. Kamusal Sermayeli Bankalara ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

Kamusal sermayeli bankalar arasında Halkbank, BM Hedef 4: Nitelikli eğitim ilkesinde %63,64 oranı ile birinci sırada iken, Vakıfbank %27,27 oranında, T.C. Ziraat Bankası ise %9,09 oranı ile son sıralamada yer almaktadır. Sağlık ve refah hedefinde, %50 Halkbank, %50 Vakıfbank'ın katılımıyla gerçekleştirilmiştir. T.C. Ziraat Bankasının bu hedefe yönelik bir girişim ilgili raporlarda yer almamaktadır. Cinsiyet ayrımına değinen Hedef 5'deki çalışmalar, %100'lük bir katılım oranı ile Halkbank'a aittir. Ziraat Bankası, diğer iki bankanın çalışma yapmadığı Hedef 2:sıfır açlık, hedef 11: sürdürülebilir şehirler ve hedef 17: sürdürülebilir kalkınmada iş birlikleri oluşturmak hedeflerinde %100'lük bir katılımla göstermektedir.

Tablo 3.11. Özel Sermayeli Kalkınma ve Mevduat Bankalarının BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi

	Tr Sınai Kalkınma Bankası	Nurol Yatırım Bankası	Aktif Yatırım Bankası	Diler Yatırım Bankası	GSD Yatırım Bankası	İstanbul Takas ve Saklama Bankası	**Toplam**
Hedef 1							0
Hedef 2							0
Hedef 3							0
Hedef 4							0
Hedef 5	2						2
Hedef 6							0
Hedef 7							0
Hedef 8		1					1
Hedef 9							0
Hedef 10							0
Hedef 11							0
Hedef 12							0
Hedef 13							0
Hedef 14							0
Hedef 15							0
Hedef 16							0
Hedef 17							0
Toplam	2	1	0	0	0	0	3

Özel sermayeli kalkınma bankalarının KSS çalışmaları, BM sürdürülebilirlik hedefleri bakımından incelendiğinde, Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankasına ait yalnızca 2 proje bulunurken; Nurol Yatırım Bankası A.Ş. ise sadece 1 KSS çalışmasında bulunmuştur. Bununla birlikte Aktif Yatırım Bankası A.Ş., Diler Yatırım Bankası A.Ş., GSD Yatırım Bankası A.Ş. ev İstanbul Takas Bankası A.Ş.' ne ait herhangi bir KSS çalışması bulunmamaktadır.



Şekil 3.8. Özel Sermayeli Kalkınma Bankalarına ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

Özel sermayeli kalkınma bankalarında Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası gerçekleştirdiği iki proje bazında, cinsiyet eşitliği alanında %100 katılım göstermiş olup, bu çalışmalar dışında başka bir KSS projesine rastlanılmamıştır. Nurol yatırım Bankası ise, Çalışılabilir Nitelikte İş ve Ekonomi alanında yaptığı çalışmada %100 bir oranda tek başına çalışmış bir özel sermayeli yatırım bankasıdır.

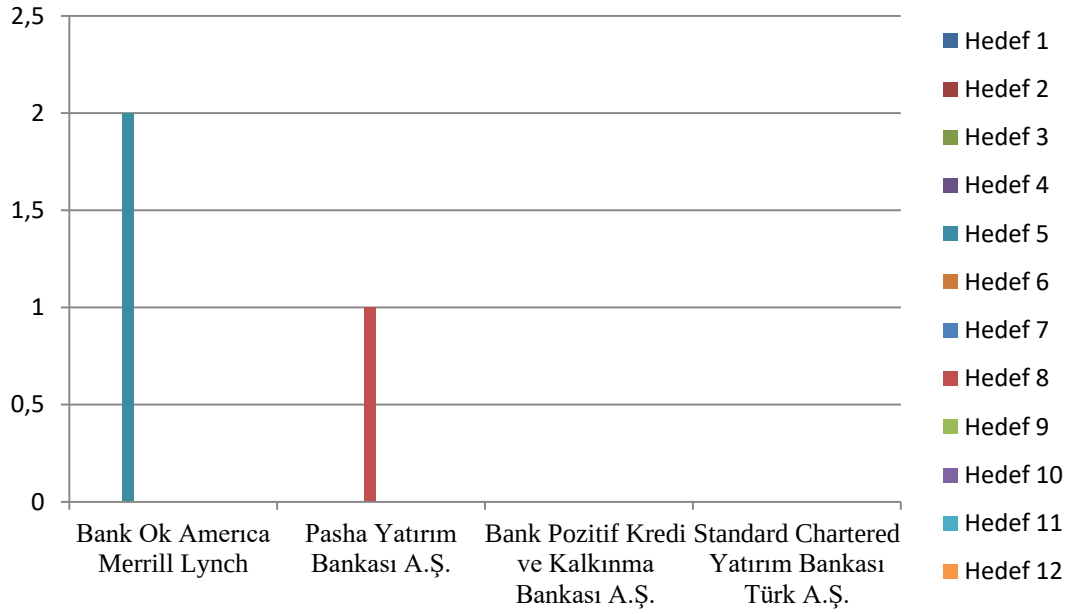
Özel sermayeli yatırım bankalarının, cinsiyet eşitliğine önem veren Hedef 5 ve iş ortamlarındaki niteliğe değinen hedef 8 dışında herhangi bir BM sürdürülebilirlik hedefine yönelik çalışmalara rastlanılmamıştır.

Tablo 3.12. Yabancı Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankalarının BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi

	Bank Of America Merrill Lynch	Pasha Yatırım Bankası	Bank Pozitif Kredi ve Kalkınma Bankası	Standard Chartered Yatırım Bankası Türk	**Toplam**
Hedef 1					0
Hedef 2					0
Hedef 3					0
Hedef 4					0
Hedef 5	2				2
Hedef 6					0

Hedef 7					0
Hedef 8		1			1
Hedef 9					0
Hedef 10					0
Hedef 11					0
Hedef 12					0
Hedef 13					0
Hedef 14					0
Hedef 15					0
Hedef 16					0
Hedef 17					0
Toplam	2	1	0	0	3

Yabancı sermayeli mevduat bankalarında, Bank Of America Merrill Lynch'a ait 2, Pasha Yatırım Bankası'na ait ise yalnızca 1 alanda KSS çalışması bulunmaktadır. BM sürdürülebilirlik bazında her iki bankanın da mevcut KSS çalışmaları farklı hedefler ile bağlantılıdır.



Şekil 3.9. Yabancı Sermayeli Mevduat Bankalarına ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

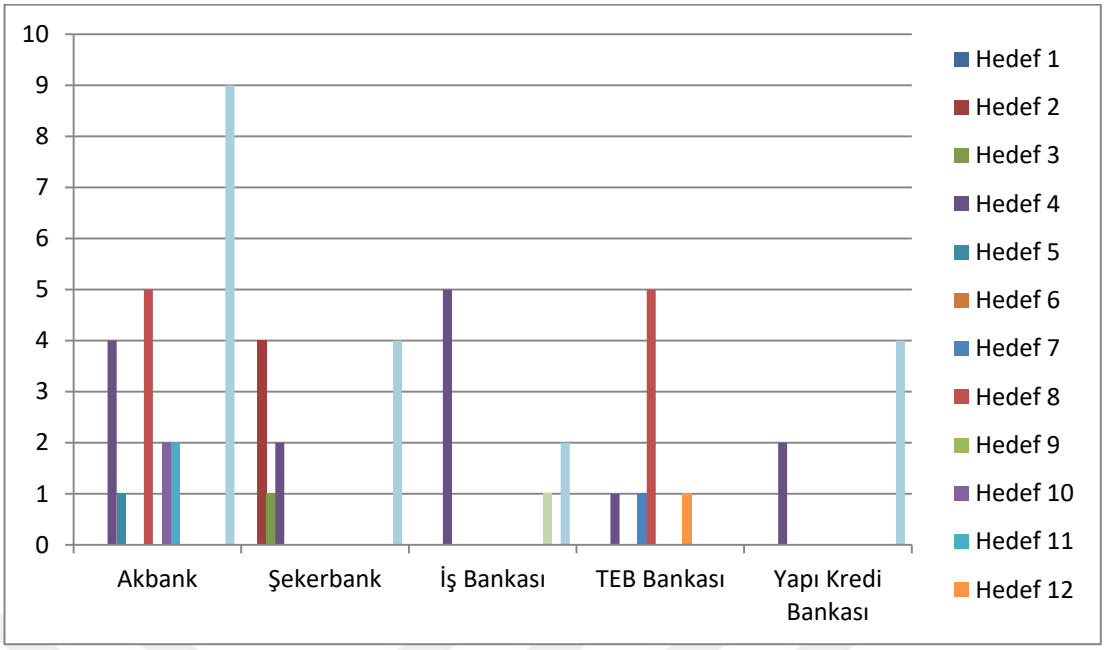
BM sınıflandırmasında Bank Of America Merrill Lynch Bankası, bilhassa kadınlar ve kız çocuklarına yönelik beşeri haksızlıkların önlenmesini içeren hedef 5 kapsamında %66,67 oranıyla ilk sırada yer alırken, Pasha Yatırım Bankası A.Ş. nitelikli iş ve yerel istihdamı arttırmayı amaçlayan hedef 8 kapsamında %33,33 gibi bir oran ile karşımıza çıkmaktadır. Her iki bankanın BM hedeflerine göre çalıştığı

KSS alanları farklıdır. Bank Pozitif Kredi ve Kalkınma Bankası A.Ş. ve Standard Chartered Yatırım Bankası Türk A.Ş. 'ne ait bir KSS çalışması bulunmamaktadır.

Tablo 3.13. Özel Sermayeli Mevduat Bankalarının BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi

	Akbank	İş Bankası	Şekerbank	Yapı Kredi Bankası	TEB Bankası	**Toplam**
Hedef 1						0
Hedef 2			4			4
Hedef 3			1			1
Hedef 4	4	5	2	2	1	14
Hedef 5	1					1
Hedef 6						0
Hedef 7					1	1
Hedef 8	5				5	10
Hedef 9						0
Hedef 10	2					2
Hedef 11	2					2
Hedef 12					1	1
Hedef 13						0
Hedef 14						0
Hedef 15		1				1
Hedef 16						0
Hedef 17	9	2	4	4		19
Toplam	23	8	11	6	8	56

KSS çalışmaları, BM hedefleri bazında ele alındığında neredeyse tüm bankalar kaliteli eğitim alanına yani hedef 4' e odaklanılmıştır. Ayrıca ulusal başarılar elde edebilmek ve gelişmek için işbirliklerine teşvik eden hedef 17 alanlarında çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Ekolojik dengeyi önemseyen hedef 12'de yalnızca TEB Bankasının çalışmaları bulunurken, yine doğayı korumayı amaçlayan ve yeşil yaşama önem veren hedef 15 kapsamında proje yapan tek banka İş Bankasıdır.



Şekil 3.10. Özel Sermayeli Mevduat Bankalarına ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

KSS alanında, AKBANK BM hedeflerine yönelik en çok alanda çalışmış banka olarak birinci sırada yer almaktadır. Akbank gerçekleştirmiş olduğu KSS çalışmalarında; Hedef 5, Hedef 10 ve Hedef 11 alanında %100 katılım sağlayarak çalışmalar yapmış tek banka olarak dikkat çekmektedir. Hedef 8'DE %50 oranıyla TEB Bankası ile aynı, Hedef 17'de %47,37 oranıyla diğer bankalara göre önemli bir fark oluşturmaktadır. Hedef 4'de %28,57 oranına sahip olmakta, bu hedef alanında ikinci sırada yer almaktadır.

Tablo 3.14. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankaların KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi

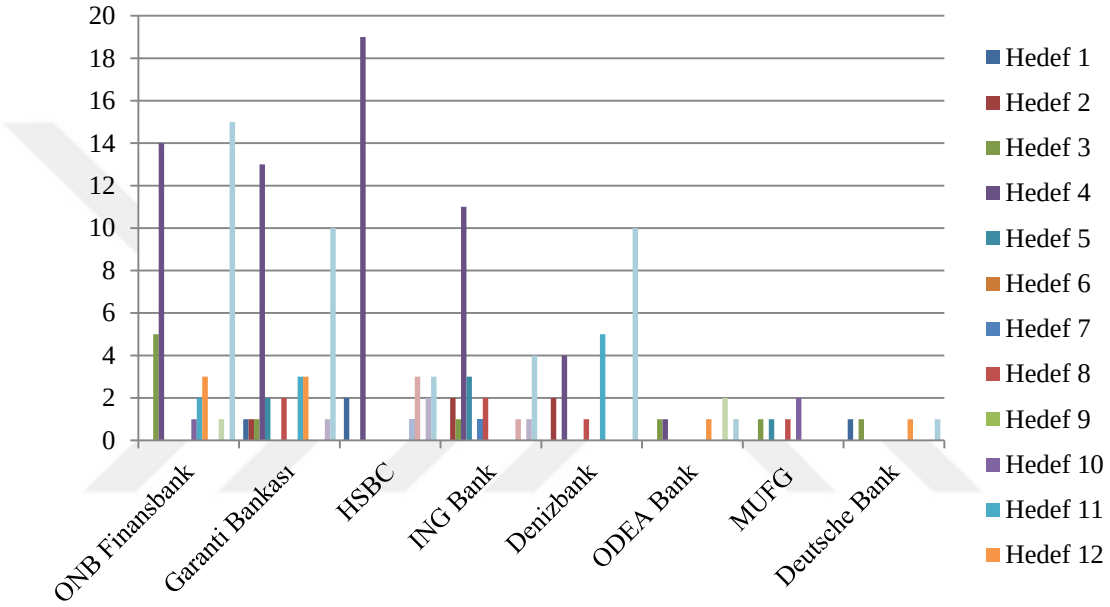
	QNB Finansbank	Garanti Bankası	HSBC	ING Bank	Deniz Bank	MUFG Bank	ODEA Bank	Deutsche Bank	Bank Of Chına TR	Burgan Bank	ICBC TR Bank	Rabobank	Turkland Bank	**Toplam**
Hedef 1		1	2					1						4
Hedef 2		1		2	2									5
Hedef 3	5	1		1		1	1	1						10
Hedef 4	14	13	19	11	4		1							62
Hedef 5		2		3		1								6
Hedef 6														0
Hedef 7				1										1
Hedef 8		2		2	1	1								6
Hedef 9														0
Hedef 10	1					2								3
Hedef 11	2	3			5									10
Hedef 12	3	3					1	1						8
Hedef 13			1											1
Hedef 14			3	1										4
Hedef 15	1						2							3
Hedef 16		1	2	1										4
Hedef 17	15	10	3	4	10		1	1						44
Toplam	41	37	30	26	22	5	6	4						171

Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar arasında QNB Finansbank, en çok hedef 17 kapsamında işbirliklerine katılım alanında çalışmış olmakla birlikte; BM hedeflerine ait 7 alanda çalışmalar gerçekleştirmiştir. Proje sayısı bakımından QNB Finansbank'ın gerisinde olan Garanti Bankası, gerçekleştirmiş olduğu çalışmalarda BM hedef alanına en çok hitap eden banka olarak görülmektedir. Garanti Bankası, BM hedeflerine ait 10 hedef alanı ile uyumlu olan KSS projeleri ortaya koymuştur. Yine KSS sayısı bakımından 4.sırada yer alan ING Bank, BM hedefleri kapsamında ele alındığında, 9 hedef alanında çalışmalar gerçekleştirdiği görülmektedir.

Yabancı sermayeli bankalar arasında bulunan HSBC, KSS sayısı bakımından üçüncü sırada yer almış olsa da, gerçekleştirmiş olduğu projeleri, 6 BM Hedef

alanına hitap etmektedir. Bilhassa hedef 4 ‘e odaklanmıştır. HSBC Bankasını, BM hedefleri bakımından ele alındığında, 5 BM hedefi alanında gerçekleştirilen projelerle ODEA Bank ve Denizbank beşinci sırada takip etmektedir. MUFG Bank ve Deutsche Bank en az KSS yapan yabancı sermayeli bankalardır.

Tablo 3.14.’de Türkiye’de kurulmuş yabancı sermayeli bankaların KSS çalışmaları BM hedefleri bazında oransal olarak gösterilmektedir. KSS projesi bulunmayan Burgan Bank A.Ş., ICBC Turkey Bank A.Ş., Rabobank A.Ş., Turkland Bank A.Ş.’ne ait veri bulunmadığı için, yer verilmemiştir.



Şekil 20.11. Türkiye’de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankalara ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

Şekil 3.11.’de bankaları incelediğimizde, BM’in dördüncü hedefi olan nitelikli eğitim hedefine yönelik en çok proje gerçekleştiren banka, %30,65 oranıyla HSBC bankasıdır. HSBC Bankasını %22,58 oranıyla Finansbank, üçüncü sırada ise %20,97 oranıyla Garanti Bankası takip etmektedir. ING Bank %17.74, Denizbank %6.45, beşinci sıralamada ise %1,61 oranıyla ODEA Bank yer almaktadır.

BM hedeflerinden birisi olan sürdürülebilir kalkınmada iş birlikleri oluşturmak alanında liderlik %34.09 oranıyla Finansbank’a aittir. %22,73 oranıyla Garanti Bankası ve Denizbank ikinci sırayı paylaşmaktadırlar. ODEA Bank ve Deutsche Bank bu alanda %2.27 oranıyla yer bulan son iki bankadır.

Hedef 11 ve hedef 3 bankalar arasında gerçekleştirilen üçüncü hedef alanıdır. Sıralamada önde olmasına rağmen bu alanda çalışma sayısı on proje olması bakımından oldukça düşüktür. Hedef 11'de Denizbank %50 oranıyla ilk sıralamada yer alırken, %30 Garanti Bankası, %20 Finansbank'a aittir. Hedef 3'de ise %50 oranıyla Finansbank açık ara bir fark oluşturmuş olup; Deutche Bank, Garanti, Mufg Bank, Odea Bank ve ING %10 oranıyla çok kısıtlı sayıda proje ile bu alanda yer bulmuşlardır.

Hedef 12 bankaların en çok yer aldığı dördüncü sıralamadadır. Garanti ve Finansbank %37,50 oranlarıyla birinciliği paylaşırken, ikinci sırada ise %12,50 oranıyla Deutsche ve ODEA Bank bulunmaktadır. BM projelerinde bankaların hedef 5 ve 8'e ait yalnızca altı çalışması bulunmaktadır. Bu çalışmalarda hedef 5 ilkesinde, %50 ING Bank, %33,33 Garanti Bankası, %16,67 MUFG Bank bulunmaktadır. Hedef 8 ilkesinde ise, %33,33 Garanti Bankası ve ING Bank birinci sırayı paylaşırken, ikinci sıralamada ise %16,67 oranıyla Denizbank ve MUFG Bank bulunmaktadır.

BM hedeflerinde beşinci sıralama hedef 2'ye aittir. Bu alandaki çalışmaların %40'ar oranla ING Bank ve Denizbank'a ait olmakla birlikte , %20 oranıyla Garanti Bankası da ikinci sıralamada yer almıştır. Hedef 16 ve gelişim sağlayacak işbirliklerini destekleyen hedef 17 sürdürülebilirlik alanlarında, sadece 4'er çalışma gerçekleştirildiği bilgisine ulaşılmıştır. HSBC bu üç hedefte de %50, %75 ve yine %50 katılım oranlarıyla birinci sırada yer almaktadır. ING Bankasının, ormanların zenginleştirilmesi ve yaşamın sürdürülebilir hal almasını içeren hedef 15 ve küresel anlamda gelişime zemin hazırlayacağı düşünülen hedef 17 de %25 oranında katılım sağladığı görülmektedir. Deutsche Bank ve Garanti Bankası, yoksulluğun bitmesini amaçlayan hedef 1'de %25oranında performans göstermektedir. Hedef 17'de Garanti Bankası %22,73, Deutsche Bankasının ise, sadece % 2,27 oranında olması, aralarındaki farkı ortaya koymaktadır. ODEA Bank, hedef 17'de %2,27 oranında son sıradadır. Finansbank ise Hedef 15'de %33.33, hedef 17'de ise % 34,09 oranında performans göstermiştir.

Hedef 10'da %75 MUFG bank %25 Finansbank bulunmaktadır. Hedef 15 de ise %75 ODEA Bank %25 ise Finansbank bulunmaktadır. Hedef 7 ve hedef 13 en az projeyle en az faaliyet de bulunan hedef alanlarıdır. Hedef 7'deki bir projede %100

oran ile sadece ING Bank, Hedef 13de ise %100 oran ile sadece HSBC bulunmaktadır. Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankaların çalışmalarında en az hedef alanına giren banka ise, 4 hedef içinde yer alarak MUFG Bank ve Deutsche Banktır.

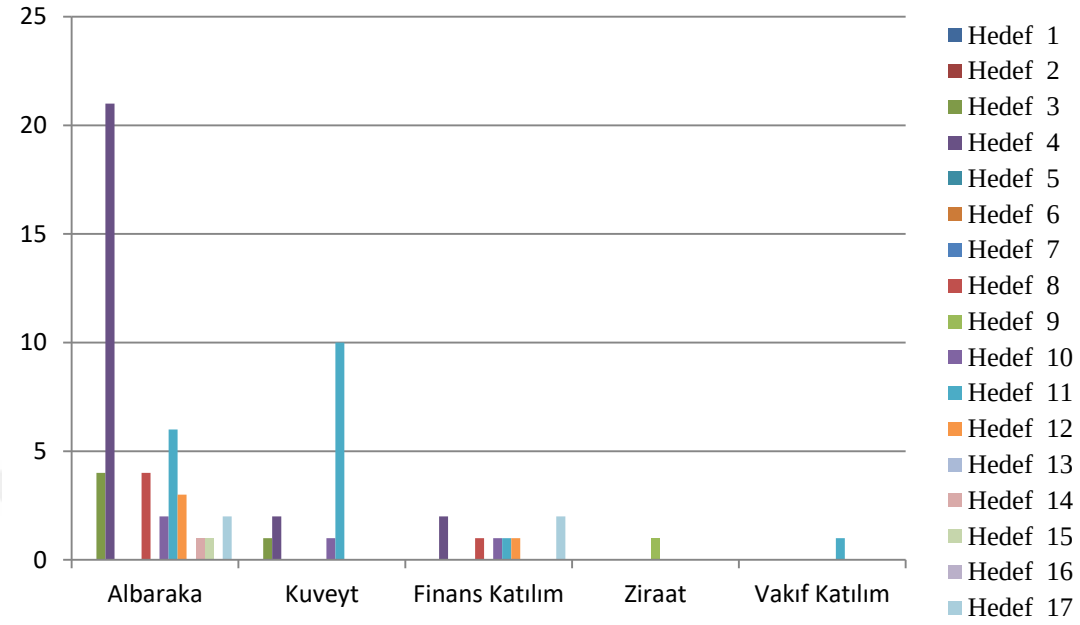
Tablo 3.15. Katılım Bankalarının KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Hedefleri Çerçevesinde Analizi

	Ziraat Katılım	Albaraka Katılım	Kuveyt Katılım	Finans Katılım	Vakıf Katılım	**Toplam**
Hedef 1						0
Hedef 2						0
Hedef 3		4	1			5
Hedef 4		21	2	2		25
Hedef 5						0
Hedef 6						0
Hedef 7						0
Hedef 8		4		1		5
Hedef 9	1					1
Hedef 10		2	1	1		4
Hedef 11		6	10	1	1	18
Hedef 12		3		1		4
Hedef 13						0
Hedef 14		1				1
Hedef 15		1				1
Hedef 16						0
Hedef 17		2		2		4
Toplam	1	44	14	8	1	68

Hedef 4 kapsamında önemli sayıda sorumluluk projesi üstlenen Albaraka, on temel ilke kapsamında çalışmalar yürüten lider banka konumundadır. Finans Katılım, çalışmaların çeşitliliği bakımından BM hedeflerinden altı ilke üzerinde eşleşen projelerde bulunmuştur. Kuveyt Türk dört alanda çalışmış; Ziraat ve Vakıf Katılım bankalarının ise KSS yalnızca bir hedef üzerinde çalışmaları bulunmaktadır.

Katılım bankalarında tablodan da anlaşılacağı üzere, en çok faaliyet gerçekleştirilen sosyal sorumluluk alanı eğitim odaklı olan hedef 4'e aittir. En az faaliyet gösterilen hedef alanı ise hedef 9,14 ve 5'dir. Hedef 1,2,5,6,7,13,16 ilkelerine yönelik bir katılım bankası projesi bulunmamaktadır.

Aşağıda verilmiş olan şekil 3.12.'de katılım bankaları KSS çalışmaları, BM sürdürülebilirlik kapsamında analiz edilerek oransal dağılımları verilmiştir.



Şekil 3.12. Katılım Bankalarına ait KSS Çalışmalarının BM Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yüzdelik Dağılımları

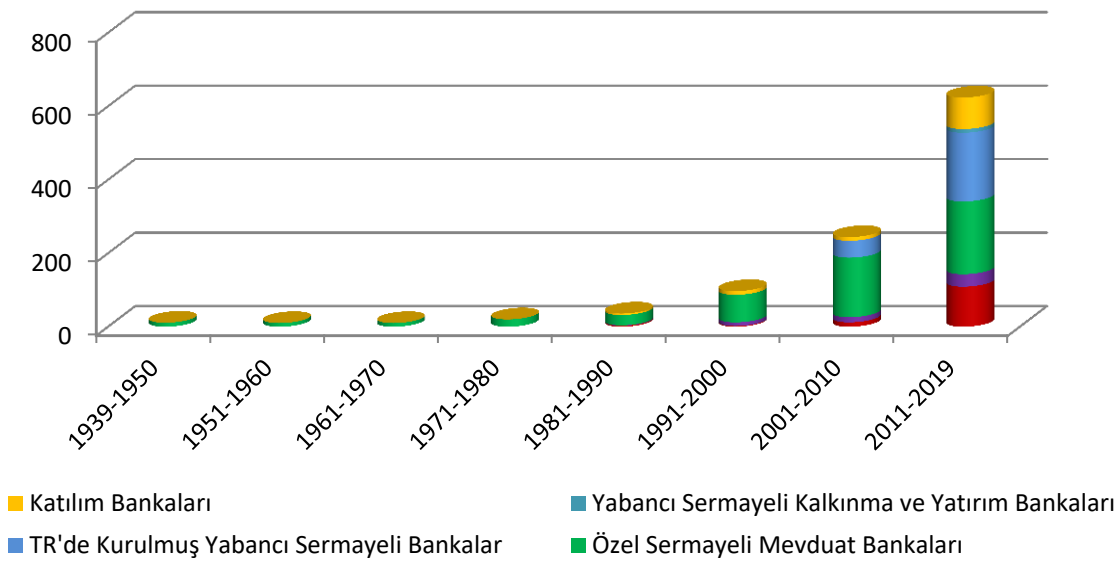
Albaraka, Hedef 14 ve hedef 15 kapsamında %100 faaliyet alanını dolduran tek katılım bankasıdır. Albaraka, eğitim konusunda projeler öneren ve destekleyen hedef 4 kapsamındaki çalışmalarda; %84,00 oranı ile bu alanda baskın bir politika izlemektedir. Albaraka'yı hedef 4 kapsamında %8'er oranlarla Kuveyt Türk ve TR Finans Bankası ikinci sırada takip etmektedir. Kuveyt Türk Bankası ve Tr Finans Bankası bazı hedeflerde ortak oranlara sahiptirler. Hedef 10 ilkesinde faaliyet alanının %50lik kısmında yer alan Albaraka'yı, %25'lik eşit oranlarla takip etmektedirler.

Hedef 3 kapsamında %80 performansı gösteren Albaraka'yı %20 oranında Kuveyt Türk gelerek ikinci sırada takip etmektedir. Albaraka'nın iki hedef kapsamında tamamlayıcı rolde olan ve ise TR Finans bankası, Hedef 8 kapsamında %80 performans gösteren Albaraka'yı %20 oranıyla ikinci sıralamada olarak takip etmektedir. Hedef 12 alanında %75 Albaraka performans oranı görülürken, kalan %25lik performans dilimi Türkiye Finans Bankasına aittir. Hedef 17 alanı, katılım bankaları arasından %50 eşit oranları ile Albaraka ve Finans katılıma aittir. Ziraat katılım bankası sadece hedef 9 kapsamında %100 oranla çalışmış olan tek katılım

bankasıdır. Vakıf katılım bankası ise, yalnızca hedef 11 kapsamında %5,56 gibi düşük bir oranla karşımıza çıkmaktadır.

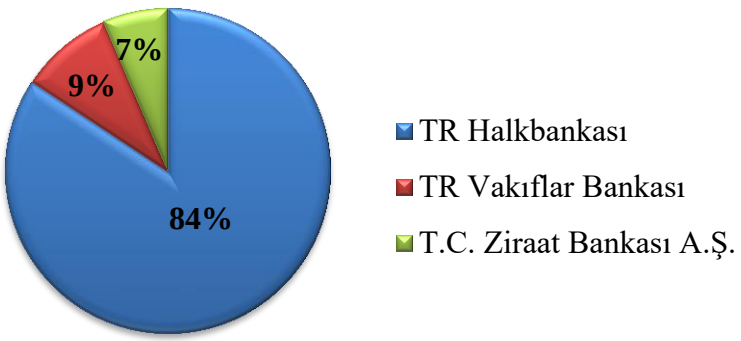
3.7.3. Türkiye'deki Bankaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Dönemsel Çerçevede Analizi

1939 yılından günümüze kadar bankalar tarafından gerçekleştirilmiş olan ve bankaların internet sayfalarında yer alan KSS çalışmalarının yıllara göre dağılımları aşağıdaki şekildeki gibidir. Dönem itibariyle 1939 tarihinden başlanılmasının gerekçesi, İş Bankası'nın 1939 yılında Erzincan depremi dolayısıyla, Darüşşafaka ile depremzede çocuklara yönelik gerçekleştirilen çalışmaların, internet sitelerinde yer alan en eski tarihli sosyal sorumluluk uygulaması olmasıdır.



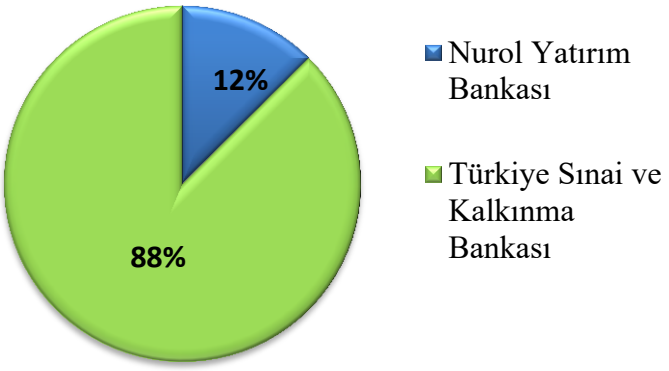
Şekil 3.13. Bankaların KSS Çalışmalarının Dönemsel Çerçevede Analizi

(Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.)



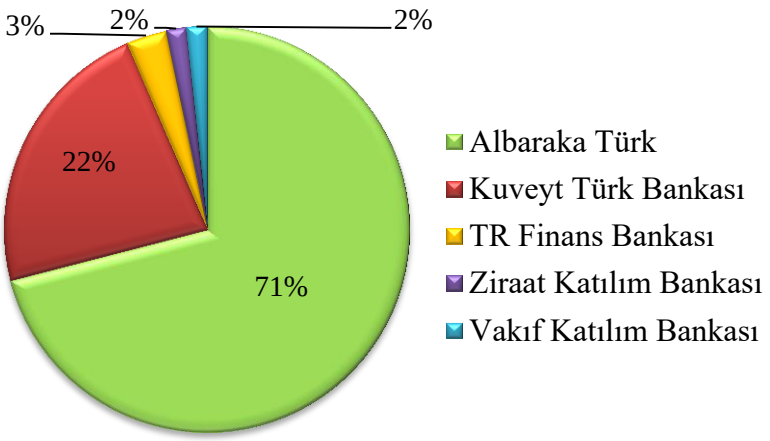
Şekil 3.14. Kamusal Sermayeli Bankaların KSS Performans Dağılımı

Kamusal sermayeli bankaları KSS ölçütü bağlamında ele aldığımızda; Türkiye Halkbank'ın %84'lük bir oranında yer aldığı görülmektedir. Bilhassa kurumsal hayırseverlik alanında önemli bir farklılık oluşturan Halkbank'ın karşılık beklemeksizin topluma fayda sağlayacak çalışmalarda olduğu anlaşılmaktadır. Vakıflar Bankasının KSS çalışmalarında %9 oranında, TC. Ziraat Bankasının ise %7 gibi bir oranla çalışmalarını ortaya koymuştur.



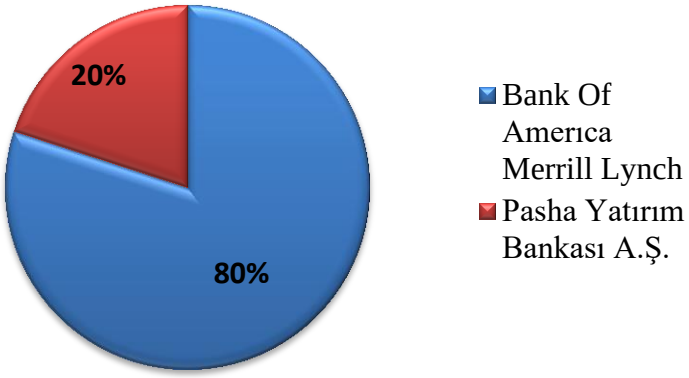
Şekil 3.15. Özel Sermayeli Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı

Türkiye'de bulunan özel sermayeli bankalar arasında Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası %88 oranı ile sıralama yer edinmiş iken, Nurol Yatırım Bankası A.Ş. %12 oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Özel sermayeli diğer bankalara ait, KSS alanında yayınlanmış veri bulunmamaktadır. Kurumsal olarak önemli yapılardan olan bankacılık sektöründe sosyal sorumluluk alanlarındaki bu zayıf katılım oranları, şaşırtıcı ve dikkat çekmektedir. Türkiye'de özel sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları arasında bulunan; Aktif Yatırım Bankası A.Ş., Diler Yatırım Bankası A.Ş., GSD Yatırım Bankası A.Ş., İstanbul Takas ve Saklama Bankası'nın internet sitelerinde herhangi bir KSS çalışmasına rastlanılmaması bu görüşü güçlendirmektedir.



Şekil 3.16. Katılım Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı

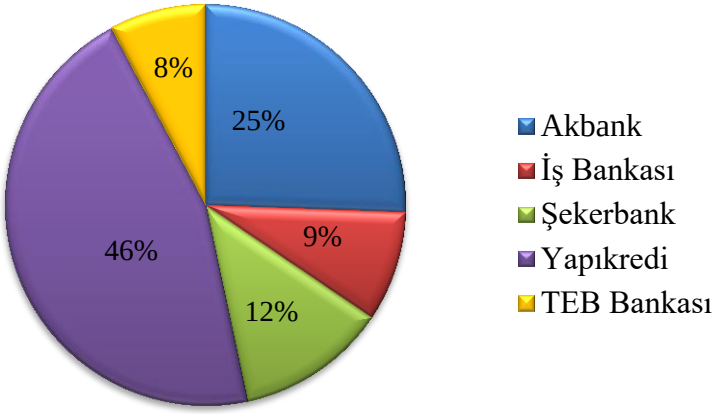
Katılım Bankaları tarafından gerçekleştirilmiş olan toplam 62 projede; diğer bankalara göre daha fazla alanda ve sayıda çalışama yapmış olan Albaraka %71 oranı ile birinci sıradadır. Kuveyt Türk Katılım Bankası % 22 oranında ikinci sırada, Finans Bankası ise %3 oranı ile 3. sırada yer almaktadır. Vakıf Katılım Bankası ve Ziraat Katılım Bankası %2 oranı ile katılım bankaları arasındaki KSS çalışmalarında son sırada yer almaktadırlar.



Şekil 3.17. Yabancı Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı

Şekil 3.17.'yi incelendiğinde, yabancı sermayeli kalkınma ve yatırım bankalarının Türkiye piyasasında; yalnızca iki bankanın KSS çalışmalarının oldukları görülmektedir. Günümüz koşulları için bu saptamalar oldukça yetersiz sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Bank Pozitif Kredi ve Kalkınma Bankası A.Ş. ve Standard Chartered Yatırım bankası A.Ş.'ne ait herhangi bir KSS çalışması

olmaması, bu bankaların toplumun beklenti ve ihtiyaçlarına yönelik karşılıklar oluşturamadığını göstermektedir.

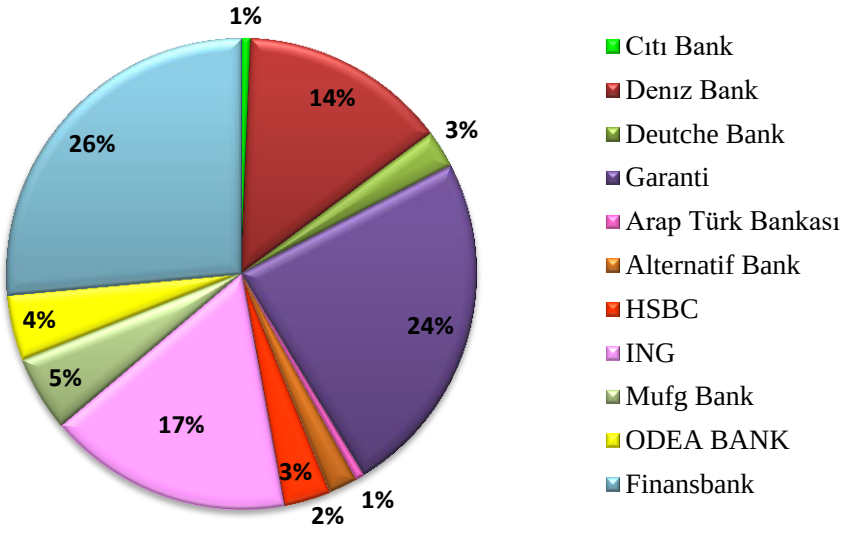


Şekil 3.18. Özel Sermayeli Mevduat Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı

Özel sermayeli mevduat bankaları arasında en başarılı KSS performansı Yapı Kredi Bankasına aittir. Yapı Kredi Bankası, %46 oranıyla, Kotler'in KSS ölçütündeki altı çalışma başlığı ile örtüşen çalışmaları bulunan tek özel sermayeli mevduat bankası olması bakımından dikkat çekmektedir. Akbank ise, amaca yönelik pazarlama hariç ölçütün diğer tüm başlıklarında KSS faaliyetlerinde bulunmuştur. Akbank'ı, %25,56 oranı ile Şekerbank, %12,22 oranı ile İş Bankası ve %7,78 oranı ile TEB Bankası takip etmektedir. Ayrıca Adabank, Anadolu Bank, Fiba Banka ve Turkish Bank'a ait herhangi bir KSS çalışması bulunmamaktadır.

3.7.4. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankaların KSS Çalışmalarındaki Performans Dağılımı

Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankalar KSS çalışmalarına dönem itibariyle geç başlamış olsa da bu alana hızlı giriş yapmışlardır. Bu türdeki bankaların birçoğu sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik çalışmalar gerçekleştirmişlerdir.

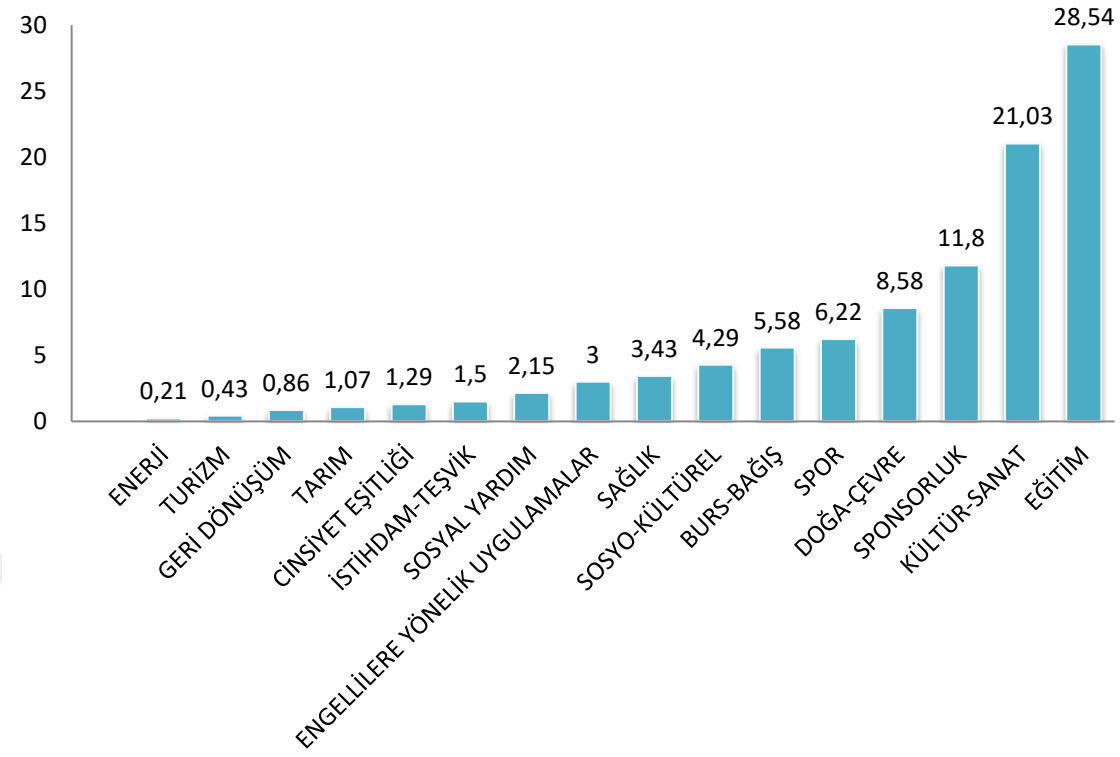


Şekil 3.19. Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankaların KSS Performans Dağılımı

Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankalar arasında 171 sayısınca projeye ulaşılmış olup; Finansbank'ın sosyal sorumluluk alanındaki çalışmaların, %26'sını uyguladığı ve en büyük sorumluluk alanına sahip olduğu görülmektedir. Garanti Bankası Finansbank'ı oldukça yakın oranda takip etmekte ve %24 oranıyla sosyal sorumluluk alanında söz sahibi olmuştur. KSS bilincinin giderek artmasının etkisiyle birlikte bu alanda %17,00 gibi bir oranla ING Bank, Garanti Bankasını takip etmektedir. Denizbank'ın %14 performansından sonraki diğer oranlar dikkate alındığında düşük KSS katılımlarının oluğu görülmektedir. MUFG Bank %5 sosyal sorumluluk oranı ile, ODEA Bank %4, Deutsche ve HSBC %3, Alternatif Bank %2, Arap Türk bankası ve CITI Bank ise %1'er oranlarıyla son sıralamada yer almaktadırlar.

3.7.5. Bankaların KSS Çalışmalarındaki Alanların Oransal Dağılımı

Araştırma kapsamında elde edilen KSS verileri, faaliyet alanı olarak gruplandırıldığında Şekil 3.20.'deki gibi oransal bir dağılım söz konusudur. KSS çalışmaları arasında gruplandırma yapılırken; enerji, turizm, geri dönüşüm, tarım, cinsiyet eşitliği, istihdam-teşvik, sosyal yardım, engellilere yönelik uygulamalar, sağlık, sosyo-kültürel, burs-bağış, spor, doğa-çevre, sponsorluk, kültür-sanat ve eğitim olmak üzere 16 ana kategori oluşturulmuştur.



Şekil 3.20. Bankaların Çalıştığı KSS Alanlarının Yüzdelik Dağılımı

Tablo 3.20.'den yola çıkılarak bankaların yüzdelik dilimde, %28.54 oranıyla eğitim alanında faaliyet gösterdikleri ve bu alanı %21.03 oranıyla kültür-sanat çalışmalarının takip ettiği görülmektedir. Uygulamada %11.8 oranıyla üçüncü sırada sponsorluk faaliyetleri yer alırken, doğa-çevre alanında %8.58 oranında sosyal sorumluluk çalışmaları olduğu tespit edilmiştir. Bankaların spor alanındaki desteği veya faaliyetleri %6.22 oranında olduğu, bununla birlikte burs-bağış alanlarında %5.58 oranı ile yer aldığı saptanmıştır.

Bankaların KSS faaliyet analizinde bir başka faaliyet alanı olan sosyo-kültürel çalışmaların %4.29 oranında gerçekleştirildiği, %3.43 oranı ile sağlık alanında sosyal sorumluluk faaliyetleri yürütüldüğü tespit edilmiştir. Engellilere yönelik gerçekleştirilen KSS çalışmaları %3 oranında saptanmıştır. Turizm, geri dönüşüm, tarım, cinsiyet eşitliği, istihdam-teşvik ve sosyal yardım alanlarında düşük oranda çalışmalar olduğu ve %0.4 ie %2.1 oranı arasında yer aldıkları görülmektedir. Enerji alanındaki sorumluluk faaliyetleri ise %0.21 gibi düşük bir oran ile son sıralamada yer almaktadır.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

İş hayatına ilişkin sosyal sorumluluk alanındaki gelişmeler ve değişim döngüsü, işletmelerin toplumu göz ardı etmeksizin tüm faaliyetlerinde dikkatli ve titiz çalışmalarını gerekli kılmıştır. İşletmelerin bu dinamikler doğrultusunda, geleneksel anlayıştan çıkarak sorumluluk bilinci ile kurumsal bir modele dönüşmeleri zaruri bir hâl almıştır. Bir başka deyişle, artarak devam eden toplum beklentileri işletmelerin faaliyetlerinde, toplum ve topluma ilişkin tüm değerleri dikkate alarak sosyal sorumluluk bilinci ile faaliyetlerinde bulunmalarını gerektirmektedir. Bu ihtiyaçlar, işletmelerin KSS çalışmalarında bulunarak, hem daha iyi bir toplum refahını sağlaması hem de tüketicide itibarlı bir profil oluşturmalarını sağlamıştır.

KSS çalışmalarının, işletmeler açısından önemli bir rekabet aracı haline geldiğini ifade etmek mümkündür. Bir başka deyişle, düzgün bir itibar oluşturmak isteyen işletmeler açısından, sosyal sorumluluk çalışmaları bir değer yaratma aracı haline dönüşmüştür. Bankalar, Türkiye' de iş hayatında oldukça aktif rol üstlenmektedirler. Bu durumun sonucu olarak, bankalar tıpkı üretim işletmeleri gibi yoğun bir rekabet ortamında hizmet vererek ayakta durmaya çalışmaktadırlar. Artan rekabeti yönetmek ve toplum ile paydaş ilişkisi kurarak süreklilik sağlamak açısından, sosyal sorumluluk alanları bankalar açısından son derece önemli faaliyet alanları haline gelmiştir. Kurumsal yapı denildiğinde, akla gelen ilk işletmelerden olan bankalar ise, kurumsal sosyal sorumluluğa oldukça önem vermektedirler. Bankaların işleyiş itibariyle kurumsal yapıda olmaları, tüketicilerin beklentilerini de bu yapı doğrultusunda etkilemektedir. Bu bağlamda, bankaların da topluma fayda sağlayacak hizmetlerde bulunması, toplum refahını arttıracak girişimlere dahil olması ve sürdürülebilir bir ekolojik hayat temelli uygulamalarının olması beklenilmektedir.

Küresel değişimlerin etkisiyle artan toplum beklentileri dolayısı ile bankaların bu beklentilere kayıtsız kalamayacakları; duyarsız kalmaları halinde bu durumun olumsuz sonuçlar doğuracağı aşikârdır. Bir başka ifadeyle, bulunduğumuz dönemde; sosyal sorumluluk uygulamaları, bankalar tarafından göz ardı edilemeyecek kadar önemli bir çalışma alanı olmakla birlikte duyarsız kalınma lüksüne sahip bir alan olmaktan çıkmıştır.

Dünyadaki toplumsal ve çevresel değişimler, her sektörde birtakım sosyal sorumluluk girişimlerinin oluşmasını sağlamıştır. Bu alanda birçok evrensel girişimler, standartlar, ilkeler meydana getirilerek sürdürülebilir, refah seviyesi yüksek toplumlar amaçlanmaktadır. Bu standartlara hükümetler ve uluslararası kuruluşlarda destek vermektedir. Eğitim, cinsiyet ayrımı, sağlık, istihdam, doğa, çevre, teknoloji, sanat, sorumlu üretim ve tüketim gibi doğaya ilişkin birçok alanda ilke ve hedefler meydana getirilerek birçok işletme tarafından uygulanması sağlanmıştır. Bu araştırmada Türkiye'deki birçok banka tarafından, belirli ilkeler ve standartların benimsendiği ve uygulandığı görülmektedir. Ancak Bıçakcı (2009)' nın gerçekleştirdiği araştırmada, Türkiye' deki işletmelerin geleneksel KSS anlayışından çıkamadığı ve göstermelik imzalarla uluslararası bildirilere katıldıkları görüşünü ileri sürmektedir. Yüksel ve Özsarı (2017) Türkiye'deki bankaların KSS çalışmalarına katılmalarını etkileyen faktörleri inceledikleri araştırmada, bankaların KSS faaliyetleri sonrasında toplumun sorunlarına çözüm üretmesinin yanı sıra, insanların bankalara olan güveniyle para yatırması sonucunda, bankalardaki likidite oranlarının artmasından dolayı bu alanda çalıştıkları sonucuna ulaşmışlardır. Bu bağlamda, bilinçli ve sorumlu bir yönetim anlayışından ziyade menfaatler doğrultusunda faaliyetlerde bulunulduğu ileri sürülebilir.

Araştırma kapsamında Türkiye'de bankaların KSS uygulamaları yıllar içinde analiz edildiğinde, belirli dönemlerde azalmakla birlikte günümüze kadar yapılan çalışmalar, KSS faaliyetlerinde bir artış eğiliminin olduğunu göstermektedir.

1939 ve 1950'li dönemler ele alındığında, KSS bağlamında az sayıda katılım olduğunu görmek mümkündür. Bu dönemlerdeki sosyal sorumluluk çalışmalarının %100'lük kısmı özel sermayeli mevduat bankalarına aittir. Özel sermayeli mevduat bankaları sosyal sorumluluk çalışmalarına ilk katılan bankalar arasında olup, bu çalışmalarını dönemler boyunca devam ettirmişlerdir.

1951-1960 dönemlerinde sosyal sorumluluk bilincinin, kurumsal bir yapıdan ziyade hayırseverlik anlayışıyla hayatın olağan akışında yer bulduğunu ifade etmek mümkündür. Bu dönemde de tıpkı bir önceki on yılda olduğu gibi KSS çalışmaları bakımından zayıf bir dönem ifade etmektedir. Bankaların internet sitelerinde bu döneme ait KSS çalışmaları yine %100 katılım oranları ile özel sermayeli mevduat bankalarına ait olup, diğer türdeki bankalara ait herhangi bir veriye ulaşılamamıştır.

1961-1970'li dönemlere gelindiğinde bir önceki on yıl ile benzer bir oranda, benzer sosyal dinamiklerin etkisiyle KSS bağlamında önemli bir gelişme yaşanmamıştır. 1970'li yıllara kadar bir önceki dönemin sosyal sorumluluk çalışmaları yaklaşık oranlarda devam etmiştir. Bu dönemlere ait, bankaların internet sitelerinde yalnızca özel sermayeli mevduat bankalarının %100 katılım gösterdiği saptanmıştır.

1971-1980'li yıllar geçmiş faaliyet dönemlerine oranla sosyal sorumluluk alanında ilerlemeler olduğunu kanısına ulaşılmaktadır. Bu döneme kadar gelinen aşamada, Türkiye' nin geçmiş yıllarda yaşadığı sosyal ve tarihi olayların etkisiyle ekonomik ve ticari hayatta toparlanmaya çalıştığı dönemler olması bakımından sosyal sorumluluk çalışmaları işletmelerin hayatında baskın değildi. Ancak 1970'lı dönemlerde Türkiye' de bilhassa aile ve hısım işletmelerinin kurulması, hayırseverlik bilinci ile sosyal sorumluluğa doğru ilerlemiştir. 1970'li yıllar KSS tanımının da işletmeler açısından anlam kazanmaya başladığı yıllar olması bakımından önemlidir. Bir önceki on yılda bulunan sosyal sorumluluk çalışmalarını neredeyse ikiye katlayarak önemli bir ivme kazanılan bu dönemdeki KSS çalışmalarının %100'lük kısmı yine özel sermayeli mevduat bankalarına aittir.

1981 ve 1990 arasındaki yıllar Türkiye açısından sosyal olduğu kadar ekonomik anlamda da zor geçirilen bir süreç olmuştur. Bu dönemde KSS, bir önceki on yıldaki gelişimini korumuş fakat çok büyük boyutlarda ilerleme göstermemiştir. Ancak bu dönemde ülkedeki değişimler, toplumun ihtiyaç ve beklentileri bankalar tarafından fark edilen bir sosyolojik alan haline gelmiştir. Bu dönemde ilk kez, %77,78 gibi önemli bir oranla özel sermayeli mevduat bankalarının baskın olduğu görülse de diğer banka türlerine ait KSS girişimlerine rastlanmaktadır. Banka KSS projelerinde ilk kez %2,78 oranıyla özel sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları, %11,11 katılım bankaları, %8,33 kamusal sermayeli mevduat bankalarının yer aldığı görülmektedir.

1991-2000' li yıllarda KSS' nin gelişiminde ilerlemeler oluşmuştur. Bu dönemde, yabancı sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları ve Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar hariç diğer türdeki bankaların aktif sosyal sorumluluk yürüttüğü anlaşılmaktadır. Özel sermayeli mevduat bankaları %77,32 gibi önemli bir oranla çalışmalarına devam ederken; özel sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları ve

katılım bankaları %10,31 oranlarıyla ikinci sırayı paylaşmaktadır. En az katılım ise %2,06 oranı ile kamusal sermayeli mevduat bankalarına aittir.

2001-2010 KSS'nin bankalar açısından önem verilen ve yoğunlaşılan bir alan olduğu dönem haline gelmiştir. Bu dönemdeki gelişmelerden bir tanesi Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankaların da önemli bir oranla KSS çalışmaları gerçekleştirmiş olmaya başlamasıdır. Diğer dönemlerde olduğu gibi bu dönemde de %66,39 oranıyla özel sermayeli mevduat bankaları sosyal sorumluluk alanında önemli bir alan kaplamıştır. %18,85 gibi önemli bir başlangıç oranı ile Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar, %5,74 oranı ile özel sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları yer almaktadır. Kamusal sermayeli mevduat bankasının %4,92 oranıyla, bir önceki on yıla göre KSS çalışmalarını ikiye katladığı anlaşılmaktadır. Katılım Bankalarının ise %4,10 oranı ile geçmiş on yıla göre gerileme kaydettiği anlaşılmaktadır.

2011-2019 arasındaki dönemler KSS açısından büyük oranda gelişme ve katılımın sağlandığı dönemlerdir. Bankaların toplumun ihtiyaç ve beklentilerine en fazla oranda katılım gösterdiği bu dönem aralığı, önceki dönemlere göre önemli boyutlarda artmıştır. Bu dönemde diğer dönemlerden farklı olarak, yabancı sermayeli kalkınma ve yatırım bankalarının %1,60 gibi düşük bir oranla da olsa KSS çalışmalarına başladığı görülmektedir. Özel sermayeli mevduat bankalarının %31,73 oranı ile geride kalan tüm dönemlerdeki baskınlıkları kırılmıştır. %29,97 oranı ile Türkiye' de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar ikinci sıralamaya yerleşmiştir. Bu dönemde daha önceki çalışmalarına oranla neredeyse dört katında bir oranla en büyük ivme, kamusal sermayeli mevduat bankaları tarafından %17,47 oranında gerçekleştirilmiştir. Yine katılım bankaları da bu dönemde büyük gelişme göstermiş, %13,78 oranında sosyal sorumluluk çalışmalarında yer almıştır.%5,45 oranı ile özel sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları daha önceki döneme yakın bir sorumluluk faaliyetinde bulunmuştur.

KSS alanında belirli çerçevede işletmeler açısından yasalar bulunmakta ve uygulanmaktadır. Ancak bu durum toplumdaki bireylerin farkındalığını arttırmak için yeterli bir kısıtlama değildir. Çünkü sorunlar karşısında istenilen, toplumun ve işletmelerin yasalar dolayısı ile değil farkındalıklarının oluşarak, bilinçli bir şekilde sosyal sorumluluk uygulamalarına katılmasıdır. Bir başka ifadeyle, KSS alanında

yasalar ve cezalardan dolayı değil, gönüllü ve bilinçli eylemler neticesinde gerçekleşecek faaliyetler arzu edilmektedir. Sürdürülebilir bir yaşam döngüsü için bu bilincin oluşması gerekliliği öngörülmektedir. Bahsetmiş olduğumuz bu ilerleme ve beklentiler ışığında; KSS kavramının gelişimi ve Türkiye' deki bankaların KSS çalışmalarını, niteliklerini, sosyal sorumluluğa dair hangi aşamada olduklarını belirleyebilmek için yaptığımız bu araştırmada, dikkat çekici sonuçlara ulaşmış bulunmaktayız.

TBB ve TKBB internet sitelerinde bulunan; kamusal sermayeli bankalar, özel sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları, özel sermayeli mevduat bankaları, Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli mevduat bankaları, yabancı sermayeli kalkınma ve yatırım bankaları ve katılım bankaları sınıfında yer alan toplam 53 bankanın internet sitesinde bulunan tüm sosyal sorumluluk çalışma verileri toplanmıştır. Bu bankalara ait kendi internet sitelerinden çevrimiçi olarak elde edilen ham verilerin, sosyal sorumluluk girişimleri sınıflandırmasındaki altı temel ilke ve ayrıca BM sürdürülebilirlik kalkınma hedeflerinde yer alan on yedi temel hedef ölçüt alınarak sınıflandırılmıştır.

Bankaların ekonomi, aile, sanat, turizm, eğitim, spor, burs, cinsiyet eşitliği, hayırseverlik, sosyo-kültürel, enerji, tarım, sosyal teşvikler, bağış, girişimcilik, engelsiz yaşam alanlarında birbirinden farklı, birçok sayıda çalışmalar yaptığı görülmektedir. Ancak her bankanın bu başlıkların tümünde çalışmaları olduğunu ifade etmek mümkün değildir. Yine de göze çarpan, Türkiye' de diğer ülkelere göre uygulanmayan bazı farklı alanlar dikkat çekmektedir. Afrika bölgesi gibi, dünyanın birçok bölgesinde temel bir problem olan ve milyonlarca insanın hayatına mal olan açlık problemi; Türkiye' de birçok ülkeye göre yoğun olarak görülen bir problem değildir. BM hedeflerinde bulunan; açlık, yoksulluk ve sürdürülebilir şartlardaki yaşam standartlarına önemi vurgulayan hedef 2:sıfır açlık kapsamında; Ziraat Bankasının 2, Şekerbank'a ait 4, Garanti Bankasının 1, ING ve Denizbank'a ait ise 2'şer çalışmaya rastlanmıştır. Diğer bankalara ait KSS verilerinde bu alan ile eşleşen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Buradan yola çıkarak, ülkelerin ekonomik ve sosyal durumlarındaki ihtiyaç ve beklentilerin; gerçekleştirilen KSS çalışmalarında etkisi bulunduğunu söyleyebiliriz. Rahman ve Eyesmin (2019), kurumların bu alandaki yaklaşımını eleştirmiş, bankaların kaynak açısından zengin

alanlardan ziyade, daha az ayrıcalıklı bölgelerde çalışma yapmaları gerekliliğine değinmiştir.

Çalışmada, sosyal sorumluluk faaliyetlerini, kurumsal sosyal girişim ilkeleri çerçevesinde incelenildiğinde ise en çok kurumsal hayırseverlik ilkesinde çalışmalar yapıldığı gözlemlenmektedir. En fazla çalışmanın bu alana hitap edecek şekilde olmasında, kültürümüzde bulunan ve tarihi kökenlerimizde rastladığımız hayırseverlik olgusunun etkisinin de olduğunu ifade etmek mümkündür. Kurumsal hayırseverlik alanı, bankaların sosyal sorumluluk amaçlı uygulamalara direkt olarak destek vermesini içermektedir. Bu ilkede en çok KSS yapmış olan bankaların, Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar olduğu görülmekte; Garanti Bankası ve Finansbank'ın sayıca eşit oranlarda çalışarak bu alanda birinci sırada oldukları görülmektedir. Güçdemir (2006: 71-72)'in KSS alanında bankalar üzerinde yaptığı çalışmada bu görüşü destekler nitelikte olarak; yabancı sermayeli özel bankaların kamusal bankalardan daha çok KSS çalışmalarında bulunduğunu ve bilhassa Garanti Bankası'nın internet sitesindeki KSS verilerine ulaşım kolaylığı yönünü vurgulamıştır. Ancak değişen zamanla birlikte kamusal sermayeli bankaları ele aldığımızda, çok yakın bir oranla bu alanda önemli çalışmalar yaptığı görülmektedir. Bilhassa Halkbank, hem içinde bulunduğu kamusal sermayeli bankalar arasında hem de tüm bankalar arasında, kurumsal hayırseverlikte açık ara önde bir performans sergilemiştir. Ancak geride kalan bankaların, kurumsal hayırseverlik alanında çalışmaları bulunsa da sıralamada alt kısımlarda kaldıkları tespit edilmiştir.

Bankaların gerçekleştirdiği projeler BM hedefleri çerçevesinde incelendiğinde, elde edilen bulgular neticesinde en çok çalışılan alanın, Türkiye' nin ihtiyacı olduğunu düşündüğümüz eğitim alanı olması oldukça sevindirici bir durumdur. Toplumdaki herkesin eşit ve nitelikli eğitim hayatı almasını gaye edinen hedef 4 ile ilgili en geniş kapsamlı çalışmalar Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar tarafından gerçekleştirilmiş olup, Finansbank açık ara önde bir farkla bu alanda faaliyetlerde bulunmuştur.

Araştırmada dikkat çeken bir diğer husus ise, bankaların amaca yönelik pazarlama faaliyetlerinde neredeyse yok denilecek kadar az oranlarda yer almasıdır. Bunun sebebi olarak bankaların kredi kartı gibi ürünler hariç hizmet odaklı işleyişleri

neden olarak gösterilebilir. Romanya'daki bankalar üzerine araştırma yapan Mocana vd. (2015), sonuçlarımızı destekler nitelikte olarak, KSS performansının, bankaların itibarını arttırdığı fakat bankalar tarafından geliştirilen ürünlere ilişkin önemli bir talep olmadığı görüşüne ulaşmışlardır. Türkiye' de bu alanda, kamusal sermayeli bankaların iki, özel sermayeli mevduat bankalarının dört, Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli bankalara ait altı, katılım bankalarına ait ise sadece bir çalışmaya rastlanılmıştır. Ayrıca özel sermayeli bankalar ve yabancı sermayeli bankaların bu alanda hiçbir çalışmalarının olmadığı saptanmıştır. Kaya (2010) 'nın sürdürülebilir bankacılık uygulamalarına ilişkin yaptığı araştırmada, bankaların artık kredi ve kredi kartı kullanımında sürdürülebilirliğe doğru girişimlerde bulunması '' saldırgan bankacılığa'' geçiş olduğu ifadesi, amaca yönelik pazarlamanın bankaların işleyişinde daha fazla yer edineceği görüşümüzü güçlendirmektedir.

Bankaların sosyal sorumluluk kampanyalarına ait veriler analiz edilirken dikkat çeken bir başka durum ise, bankaların oluşturdukları bir projede sürekliliğe önem verdiklerinin anlaşılmasıdır. Kavitha (2018)' ya göre bankalarda sürdürülebilir bir iş akışı için KSS girişimleri ve hedefler birbirine uyumlu olmalı ve bu şekilde toplum refahına katkı sağlanmalıdır. Araştırmamızda sanatsal faaliyetler ve sponsorluk desteklerinde bankaların uzun vadeli yatırımlarda ve desteklerde bulundukları gözlemlenmektedir. Bankalar itibar kazanımı ve toplumda daha olumlu bir algı oluşturması bakımından özellikle bu alanlarda desteklerde bulunması şaşırtıcı bir durum değildir. Zira sanatsal faaliyetler ve spor alanları kitlesel erişime ve dolayısı ile reklama oldukça uygun alanlardır. Araştırmamızda ulaştığımız bir sonuç olan Akbank'ın sanatsal faaliyetlerde etkin rol aldığı saptaması, Tanyıldızı (2013)'nın Türkiye' de Akbank, Garanti Bankası ve İş Bankası'nın sanatsal faaliyetlerde bulunduğu ve kitlesel olması bakımından en çok İstanbul ilini tercih ettiklerini ifadesiyle birbirini karşılamaktadır.

Türkiye' de aktif olarak yer alan bankaların KSS çalışmaları için internet sitelerine yöneldiğimizde, Göcenoğlu (2014) 'nun araştırması, Türkiye'deki bankaların KSS raporlama alanında gelişme göstermedikleri saptamasını ele aldığımızda, şeffaf ve hesap verilebilirliğin ön planda olması gerekliliği görüşüne katılmaktayız. Ancak bununla birlikte bankaların önemli bir kısmının internet sitesinde sosyal sorumluluk başlığı altında ayrı bir alan oluşturduğu ve bu alanda KSS çalışmalarına ilişkin önemli verilerin olduğunu ifade etmek mümkündür. KSS

raporlarına ilişkin benzer bir eleştiride bulunan Feneir (2019), Borsa İstanbul'un ilan ettiği bankaların KSS raporları ile firma değeri arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ifade etmiş, raporların ifşa hacminde dengesizlikler olduğunu ileri sürmüştür. Elbette bu istenilen bir durum değildir. Chaudhury, Kanti, Prasanta ve Sahoo (2011) 'da bu konudaki araştırmalarında, KSS raporlarına düzenleyici bir sistem getirilerek hükümet tarafından periyodik bir altyapı kurulması gerekliliği önermiştir. Dijital bir iletişim çağında olmamız dolayısı ile broşür vb. materyallerden ziyade, bankaların internet tabanı üzerinde periyodik çalışmalarının bilgisi olması hem ulaşılabilirlik hem de arşivleme bakımından verimli bir durumdur. Böylelikle, bankalar bir yandan çalışmalarını internet sitelerinde bir vitrinde gibi sergileme şansı bulurken, bu alan ile ilgilenen bireylerinde verilere ulaşmasını kolaylaştıracaktır.

Araştırmada ulaşılan bir başka sonuç ise, Türkiye'de faaliyette bulunan bankalarda KSS uygulamalarının, bilhassa son iki on yılda artarak devam ettiği yönündedir. Bununla birlikte, Türkiye' deki KSS çalışmalarının, sosyal ve siyasal olan dönemsel dinamiklerden etkilendiği sonucuna ulaşılmaktadır. KSS alanında çalışmalar her ne kadar artarak devam ediyor olsa da, T.C. İç İşleri Bakanlığı – Sivil Toplumla İlişkiler Müdürlüğü'nün resmi internet sitesindeki verilerden alınan bilgilere göre ülke nüfusu, gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında STK'na bireysel katılımın, %1,65 gibi oldukça düşük bir düzeyde olduğu göze çarpmaktadır. STK sayımız artarak devam etse dahi; genç nüfus oranının oldukça yüksek olduğu bir coğrafyada, bu oran Türkiye açısından düşük düzeydedir. Buradan yola çıkarak, bireylerin gönüllü faaliyetlerde oldukça düşük oranlarda yer aldıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Oysa gelişmiş olan ülkelerde STK'ların toplumsal hayattaki rolü oldukça önemsenmektedir. KSS' nin felsefesinde önemli olan gönüllü olarak belirli bir fayda sağlamak olduğunu söyleyebiliriz. Fidan ve Şentürk (2017)' ün Akbank, Garanti Bankası ve İş Bankası bu alanda diğer bankalara göre daha fazla işbirliğine önem vermekte olduğu ve STK çalışmaları, gönüllü ve topluluk işbirlikleri, ulusal ve uluslararası kuruluşlar ile çalışmalar gerçekleştirdiği bulgular, bazı bankaların uluslararası işbirliğine önem verdiğini göstermektedir.

Araştırma sonucunda ulaşılan bir başka sonuç, Türkiye' deki vatandaşlar ve kurumların, gerek otoriteler gerek farklı eğitim kurumları tarafından gönüllülük alanında bilinçlendirilmeleri ve katılımların artacağı platformların oluşturulmasına ihtiyaç duyulmasıdır. Chowdury ve Nehal (2020)'in araştırmaları, sonuçlarımızı

destekler nitelikte olarak, KSS çalışmaları sayesinde toplumun refahının arttığı ve bu alanda hükümetin, bankacılık sektöründe değer yaratarak KSS' ye harcama yapmaları gerektiği görüşünü savunmaktadır.

Çalışmada bankaların hangi alanlarda faaliyet gösterdikleri analizinde belirli bulgulara ulaşılmıştır. İNGEV(2019)'in Türkiye'de çalışılan KSS alanlarına yönelik yapmış olduğu araştırma ile benzer sonuçlara ulaşılmıştır. İNGEV(2019)'e ait raporda da en çok eğitim alanında çalıştığı görülürken, mevcut araştırmada bankalarında en çok eğitim alanında faaliyet gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Bankaların KSS faaliyetlerini incelediğimizde kültür-sanat, eğitim, çevre, spor alanlarında ve bu alanları destekleyecek nitelikte sponsorluk faaliyetlerini üstlendiklerini görmekteyiz. Bu alanlarda dikkat çeken husus ise, sponsorlıuk faaliyetlerinin genel anlamda spor ve kültür sanat odaklı olması; burs- bağış faaliyetlerinin ise eğitim odaklı olmasıdır.

Gelişmekte olan bir ülke olmamız bakımından farkındalığı yüksek olunması gereken engelli nüfusa yönelik uygulama alanında bankaların düşük performans gösterdiği ortaya çıkmaktadır. T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (2019)' nın Haziran ayı içerisinde yayımladığı bültene göre, Türkiye'de en az bir engeli olan nüfusun iş gücüne katılım oranı %35,4, kadınlarda %12.5 olarak belirlenmiştir. Bu oranlar dikkate alındığında, engelli nüfusu için daha yoğun çalışmalar yapılması gerekliliği öngörülmektedir. Mevcut çalışmaların düşük oranda olması, bankaların engelli nüfusu için yeterince faaliyette bulunmadığını göstermektedir. Bu nüfusa yönelik istihdam çalışmalarının yapılması hem toplumda bu konuda farkındalık oluşturmaya hem de engelli vatandaşların istihdam olmalarına imkân sağlayacağı düşünülmektedir.

Bankaların KSS çalışmalarını ele aldığımızda dikkat çeken bir başka husus, enerji alanında faaliyetlerin yetersiz durumda olmasıdır. Veriler analiz edlirken enerji alanındaki çalışmaların daha çok sponsorluk faaliyeti şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Bankaların fiziksel olarak önemli bir hacime sahip olması ve çalışan nüfusun fazla olması bakımından bu alandaki çalışmaların işletme içerisinde yaygın olarak görülmesi gerekmektedir. Geri dönüşüm, enerji tasarrufu, enerji verimliliği, kimyasal atık gibi birçok alanda bankaların kendi bünyelerinde farkındalık oluşturmaları zaruri bir durum olarak görülmektedir

Sosyal sorumluluk çalışmalarının önemini ve etkinliğini anlamak uygulamada büyük bir etki gösterip toplumsal gelişimi sağlayacaktır. KSS alanını anlamakta yol kat edilirse, kurumsal sorumluluk projeleri üzerinde çok büyük bir etkisi olacaktır (Rademacher ve Remus, 2014: 107). Bu anlamda, devlete, topluma mal olmuş işletmelere, STK'lara ve ailelere önemli sorumluluklar düşmektedir. Toplumdaki bireylere ve işletmelere sosyal sorumluluk kültürü aşılanmalı, eğitimler verilmeli ve farkındalık oluşturulmalıdır. Yasalar ve toplumsal beklentiler ve otorite dayatmaları bir yana, kurumsal sosyal sorumluluk bireyler açısından bir vatandaşlık görevi bilinciyle yerine getirilmelidir.

KAYNAKÇA

Adagye, D.İ. ve İbrahim, D.M. (2019), ‘’Effect of Corporate Social Responsibility On Enterprise Value of Deposit Money Bank İn Nigeria’’, *Journal of Administrative and Business Studies,* C: 5, No: 1, ss. 37-46.

Adıgüzel, A. (2014). ’’İnsanlık Onurunu Koruma ve Kırma Arasında Hayırseverlik Anlayışı’’, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi,* C:1, No:1, ss.69-92.

Ahmed, S.U., İslam, Z. ve Hasan, İ. (2012). ‘’ Corporate Social Responsibility and Financial Performance Linkage Evidence from the Banking Sector of Bangladesh’’, *Journal of Organizational Management,* C: 1, No: 1, ss.14-21.

Aktan, C.C. ve Börü, D. (2006), ‘’Kurumsal Sosyal Sorumluluk’’, *Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası Mercek Dergisi,* No: 41, ss.54-55.

Aktan, C.C. ve Börü, D. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İGİAD Yayını, İstanbul, ss.10, 20-21.

Aktan, C.C. ve Vural, İ.Y. (2008), ‘*’Kurumsal Sosyal Sorumluluk - Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından Yürütülen Başlıca Girişimler’’*, (Çevrimiçi)https://www.ceis.org.tr/dergiDocs/makale125.pdf.,12 Mart 2019.

Alakavuklar, O.N., Kılıçaslan, S. ve Öztürk, E.B. (2009), ‘’Türkiye’de Hayırseverlikten Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Geçiş: Bir Kurumsal Değişim Öyküsü’’, *Yönetim Araştırmaları Dergisi,* C: 9, No: 2, ss.103-143.

Alhoqail, S.A., Cho, H.Y. ve Floyed, K.(2019), ‘’How Social Media Communications Can Mitigate Negative Impact of Corporate Social Irresponsibility On Corporate Financial Performance’’, *Academiy of Marketing Studies Journal,* C: 23, No: 4, s.9.

Ali, W., Frynas, J.G., Mahmood, Z.(2017). ‘’Determinants of Corporate Social Responsibility(CSR) Disclosure in Developed and Developing Countries: A Literature Review‘’, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, C: 24, No: 4 ss. 273-294.

Altın, S. (2018), ‘’Kurumsal sosyal Sorumluluk Projeleri ve İller Bankası A.Ş. Örneği’’, Ankara Üniversitesi, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.

Argüden, Y. (2002). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, ARGE Danışmanlık Yayınları, İstanbul.

Arıcan, E., Yücememiş, B.T. ve Çinko, L. (2019). ‘’The Effect of Basel Criterias On Banking Profitability in Turkey: Analysis Via Cointegration Method’’, *International Journal of Business And Social Science*, C:10, No:10, ss. 72-83.

Atay, E.S. ve Tüzüner, V. L. (2018). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve İnsan Kaynakları Uygulamaları Birbirlerini Destekliyor Mu? Bankaların Web Sitelerinin İçerik Analizi İle Değerlendirilmesi’’, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, No: 32, ss.271-285.

Bacak, B. ve Özer, U. (2009). Sosyal Dampingle Mücadelede Sivil Toplum Kuruluşlarının Girişimleri, VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Konferans Bildirisi, ss. 393-394.

Bacher, C. (2006), ‘’Corporate Social Responsible’’, *Topic of the 2nd Essay, PGDipCom in İnternational Business*, s.8

Baden, D. (2016), ‘’ A Reconstruction of Carroll’s Pyramid of Corporate Social Responsibility For The 21st Century’’, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, C:1, No:8, ss.1-15.

Balı, S. ve Cinel, M.O.(2011), ‘’Bir Rekabet Aracı Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk’’, *ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, C: 2, No: 4, ss.45-60.

Balıkçıoğlu, B. ve Karacaoğlu, K. (2007), ‘’Sosyal Bir Ürün Olarak Topluma Pazarlanan Hayırseverlik: Stratejik Hayırseverlik’’, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* C: 9, No: 2, ss. 121-141.

Baron, D.P. (1993), *Business and Environment,* New Jersey: Prentice-Hall.

Başarır, M. (2003). ‘’ İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Halkla İlişkiler’’, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

Başbuğ, Ş. ve Örs, H. (2018). *Kurumsal Sosyal sorumluluk Dezavantajlı Gruplar Tüketici Tutumu*, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Bayraktar, R. (2013), ‘’ Sanayi Dönemi Sürecinde Fransa’da Din Anlayışı’’, *Öneri Dergisi,* C: 10, No: 40, ss. 213-222.

Bayraktaroğlu, G., Tanyeri, M., İlter, B. (2009). *Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru,* Literatür Yayınları, İstanbul.

Beckett, R. ve Jonker, J. (2002). ‘’ AccountAbility 1000: A New Social Standard to Ensure Sustainability’’, *Yönetsel Yönetim Dergisi*, C: 17, No:1/2, ss.36-42.

Benn, S. ve Bolton, D. (2011). *Key Consepts in Corporate Social Responsibility,* SAGE Yayıncılık, Londra.

Bhimani, A. ve Soonwalla, K. (2010). ‘’Sustainability and Organizational Connectivity at HSBC’’, Derleyen: Hopwood. A, Unerman. J, Fries. J, *Accounting for Sustainability*, Typeset by Mapset LTD, New York.

Bıçakçı, A.B. (2009). ‘’BM Küresel Sorumluluk Anlaşması Bağlamında Kurum İçi Halkla İlişkilerde Mükemmellik ve Çalışanların Sosyal Sorumluluk Algısı’’, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.

Bissoon, O. (2018), ‘’ Corporate Social Responsibility İn Mauritius: An Analysis of Annual Reports of Multinational Hotel Groups’’, *Asian journal of Sustainability and Social Responsibility,* C: 3, No: 2, ss. 1-19.

Bjorn Andersen, *Bringing Business Ethics to Life – Achieving Corporate Social Responsibility,* Printed in the United States of America, 2004, s. 32.

Boone, L.E., Kurtz, D.L.(1990), *Contemporary Business*, Printed in the United States of America, New York.

Borça, G. (2018). *Ballı_Fındık*, Hümanist Kitap Yayıncılık, İstanbul.

Branson, R. (2013), *Kapitalizm*, Çev: Asiye Hekimoğlu Gül, Tor Ofset Baskı, İstanbul.

Buscombe, I. (2018), ‘’Corporate Social Responsiblity: A Performance Matrix’’, *Journal of New Business Ideas & Trends*, C: 16, No: 1, s.42.

Camilleri, M.A. (2017). ‘’Co**r**porate Sustainability And Responsibility: Creating Value For Business, Society And The Enviroment’’ , *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility, University of Malta*, No: 2, ss. 59-74.

Campra, M., Esposito, P., Lombardi, R. (2020), ‘’The Engagement of Stakeholders İn Nonfinancial Reporting: New İnformation-Pressure, Stimuli, İnertia, Under Short-Termism İn The Banking İndustry’’, *Corporate Social Responsibility and Enviromental Management*, C: 27, No: 1, ss.1-9.

Canarutto, C. ve Nidasio, C. (2005), *Mapping a New Business Landscape, Corporate Social Responsibility Across Europe*, Business Media. Berlin. 2005

Capaldi, N. (2016), ‘’New (Other?) Directions in Corporate Social Responsibility’’, *International Journal of Corporate Social Reponsibility*, C: 1, No: 4. ss. 1-4.

Carroll, A. B. (1979), ’’A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance’’, Academy of Review, No:4, ss.498-503.

Carroll, A. B. (1999), ‘'Corporate Social Responsibility’’, *Business&Society*, C: 38, No: 3, ss. 268-295, 288, 291.

Carroll, A. B. (2016), ‘’ Carroll’s Pyramid of CSR Taking Anoother Look’’, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, C:1, No:3, s.3.

yCarroll, A. B., (1991). ‘’ *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholder’’*, Business Horizon, (Çevrimiçi) https://www.researchgate.net/publication/4883660_The_Pyramid_of_Corporate_Social_Responsibility_Toward_the_Moral_Management_of_Organizational_Stakeholders, 12 Ocak 2019.

Ceritli, İ. (2001), ‘’ Çevreci Hareketin Siyasallaşma Süreci’’, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* C: 24, No: 2, ss. 213-226.

Chandler, D., Werter, W.B. ve Jr, (2014). *Strategic Corporate Social Responsibility, Satakeholder, Globalization and Sustainable Value Creation*, SAGE Yayıncılık, Amerika.

Chaudhury, S.K., Das, S.K., Sahoo, P.K. (2011), ‘’Practices of Corporate Social Responsıbility(Csr) In Banking Sector In India: An Assessment’’, *Research Journal of Economics, Business and ICT*, C: 4, ss.76-81.

Choi,J. ve Kim, S.W. (2010), '' The Dual ''Voice'' And Institutional Knowledge Transfer'', *Journal of International Business Ethics,* C: 3, No: 1, ss. 56-68.

Chowdhury, Y. ve Nehal, N. (2020). ''Effect of Corporate Social Responsibility Expenditures on Financial Performance in Banking Sector of Bangladesh'', *Journal of Economics, Business and Management,* C: 8, No: 1, ss. 44-49.

Committee For Economic Development (1971), *Social Responsibilities of Busıness Corporatıons*, (Çevrimiçi), https://www.ced.org/pdf/Social_Responsibilities_of_Business_Corporations.pdf, 17 Ocak 2019.

Creswell, J.W. (2017). *Araştırma Deseni, Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları,* Çev: Selçuk Beşir Demir, Girişim Matbaacılık, Ankara.

Creswell, J.W. *Nitel Araştırma Yöntemleri, Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma ve Nitel Araştırma Desenleri*, Çev: Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir, 4.Baskı, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2018, s.44.

Çınarlı, İ. (2009*). Stratejik İletişim Yönetimi*, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Değirmen, G.C. (2016). *Kurumsal Pazarlama ve Sosyal Sorumluluk,* Nobel Yayıncılık, 2.Baskı, Ankara.

Demirtaş, M. (2015). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal İtibar,* Derin Yayınları, İstanbul.

Denzin, N.K. ve Lincoln, S.Y.(2008). The Landscape of Oualitative Research, SAGE Publications, United States of America.

Donaldson, T. ve Preston, L.E. (1995). '' The Stakeholder Theory of The Corporatin: Concepts, Evidence and Implications'', *Academy of Management Rewiev,* C:20, No:1, s.74.

Drucker, P.F. (2005). *Gün Gün Drucker*, Çev: Murat Çetinbakış, Acar Matbaacılık, İstanbul.

Du, S., Bhattacharya, C.B. ve Sen, S. (2010),''Maximizing Business Returns to Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of CSR Communication'', *International Journal of Management Reviews*, C: 12, No: 1, ss. 7-19.

Emre Yılmaz, *Genç Bir İş Adamına*, Butik Yayıncılık, İstanbul, 2016, s.295.

Ertuna, B. ve Tükel, A. (2009), ''Türkiye'de KSS Uygulamaları: Geleneksel ve Küresel Arasında'', *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, C: 9, No: 2, ss.145-172.

Fatma, M., Rahman, Z. ve Khan, I.(2014), ''Multi-Item Stakeholder Based Scale to Measure CSR in the Banking Industry'', *International Strategic Management Review*, C:2, No:1, ss.9-20.

Feneır, I.M. (2019). '' The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure On The Firm Value: An Empirical Study on Banks Listed in Borsa İstanbul'', İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.

Fidan, Z. ve Şentürk, Z.A.(2017). ''Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarında İşbirliği: Akbank, Garanti Bankası ve Türkiye İş Bankası Üzerine Bir İnceleme'', *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, C: 9, No: 4, ss.40-65.

Fredrikson, M. ve Olsson, E.K.(der), A Model For Evaluating Corporate Environmental Communication, Communicating Corporate Social Responsibility: Perspectives and Practice, Editör: Ralp Tench, William Sun, Brian Jones. 2014. s.112.

Freeman, R.E. ve Mcvea, J. (2001). *''A Stakeholder Approach To Strategic Management'',* Press Universty of Virginia, İngiltere.

Friedman, M. (1970). ''The Social Responsibility of Business is To Increase Its Profits'', *The new York Times Magazines*, ss.1-4.

Ganji, R. ve Agrawal, R. (2016), ''Model's of Corporate Social Responsibility: Comparison, Evolution and Convergence'', *Society & Management Review*, C: 5, No: 2, ss.141-155.

Geethamani, S. (2017). ''Advantages and Disadvantages of CSR'', *International Journal of Applied Researc*, India. C: 3, No: 3.

Gond, J.P. ve Kang, N., Monn, J. (2011). '' The Goverment of selfregulation: on the Comparative Dynamics of Corporate Social Responsibility'', *Journal of Economy And Society,* C: 40, No: 4, ss. 640-671.

Goss, A. ve Roberts, G.S. (2011), '' The Impact of Corporate Social Responsibility on The Cost of Bank Loans'', *Journal of Banking & Finance*, C: 35, No: 7, ss.1794-1810.

Göcenoğlu, H.C.(2014). ''Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İşlevi: Bankacılık Sektörüne İlişkin Bir Alan Araştırması'', Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.

Güçdemir, Y. (2006), ''Bankaların WEB Sitelerinin Sosyal Sorumluluk Açısından İncelenmesi'', *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* C: 0, No: 26, ss.61-73.

Güler, E.(2006). ''Bağımsız Dış Denetim Süreci Kurumsal – Sosyal Sorumluluk İlişkisi Bankacılık Sektörü Uygulaması'', Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.

Güngör, C.R. (1994). ''Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının İşletmeye Olan Katkıları'', T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

Hamidu, A.A., Amran, A. ve Haron, H. (2015), ''Corporate Social Responsibility: A Review on Definitions, Core Charecteristics and Theoretical Perspectives'', *Mediternean Journal of Social Sciences,* C: 6, No: 4, ss. 83-95.

Harward Business Rewiev, *Entrepreneur's Handbook,* Çev: Levent Göktem, Optimist Yayın, 2019, İstanbul.

Hawkins, D. E. (2006). *Corporate Socıal Responsibility, Balancing Tomorrows Sustainability and Todays Profitability*, St. Martin's Press. New York.

Hopkins, M. (2007). *Corporate Social Responsibility and International Development – Is Business the Solution?*, Earthscan Press, USA.

Hoştut, S. (2015). ''Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarında Söylem'', *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, No:40, ss.119-136.

Hua Shen, C., Wen Wu, M., Chen, T.H., Fang, H. (2016). ‘’To Engage Or Not To Engage in Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence From Global Banking Sector’’, *Journal of Economic Modelling*, C: 55, No: C, ss.207-225.

İNGEV (İnsani Gelişme Vakfı), (2019), ‘’Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Almanak Çalışması Mart KSS Raporu’’, İstanbul.

Jones, TM, Harrison, JS ve Felps, W. (2018). ‘’How Applying Instrumental Stakeholder Theory Can Provide Sustainable Competitive Advantage’’, *Academy of Management Review*, C: 43, No:3, ss. 371–391.

Kakabadse, N.K., Rozuel, C. ve Davies, L.L. (2005). ‘’Corporate Social Responsibility And Stakeholder Approach: A Conceptual Review’’, *Journal of Business Governance and Ethics,* C: 1, No: 4. ss. 277-302.

Kavitha S, (2018) ‘’Corporate Social Responsibility (CSR): A Case Study of Axis Bank Foundation’’, *Journal of Business Management,* C: 17, No: 1, ss.53-63.

Kırtepe, S. (2014), ‘’Sosyo Kültürel Değişme ve Kitle İletişim Araçları’’, *Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi,* C:2, No:2, ss.237-256.

Korkmaz, S. (2009). *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk*, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

KSSD (2019), *CSR ROADMAP FOR TURKEY*, (Çevrimiçi), https://www.kssd.org/content/uploads/2019/07/KSS-YOL-Haritasi-2.pdf, 10 Nisan 2020.

Lev, B., Petrovıts, C., Radhakrıshnan, S. (2010), ‘’ Is Doing Good Good For You? How Corporate Charıtable Contributions Enhance Revenue Growth’’, *Strategic Management Journal,* No:31, ss. 182-200.

Luo, X. ve Bhattacharya, C.B. (2009), ‘’ The Debate over Doing Good: Corporate Social Performance, Strategic Marketing Levers, and Firm-Idiosyncratic Risk’’, *Journal of Marketing*, No: 73 ss.198-213.

Masip, J.G. ve Valino, P. C. (2018), ‘’From Social Responsibility To Corporate Sustainability: an updated rewiev’’, *Journal of International Communication Research* C: 17, No:17, ss.46-71.

Matten, D. ve Crane, A. (2005). ‘’Corporate Citizenship: Toward An Extended Theoretical Conceptualization’’, *Academy of Management Review,* C: 30, No: 1, s.166.

McDonald, Lynette M. and Rundle-Thiele, Sharyn R. (2008) Corporate Social Responsibility and Bank Customer Satisfaction: A Research Agenda. *International Journal of Bank Marketing,* C: 26, No: 3. ss. 170-182.

Mocana, M., Rusa, S., Draghicia, A., Ivascua, L., Turia, A. (2015), ‘’Impact of Corporate Social Responsibility Practices on The Banking Industry in Romania’’, *Procedia Economics and Finance,* No:23, ss.712-716.

Moon, J. (2004), ‘’ Government as a Driver of Corporate Social Responsibility’’, *Research Paper Series,* (Çevrimiçi)http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.198.8346&rep=rep1&type=pdf, 17 Mart 2019.

Mühle, U.(2010), *The Politics of Corporate Social Responsibility-The Rise of a Global Busıness Norm*, Printed in the United States of America.

Narwal, M. (2007). ‘’CSR Initiatives of Indian Banking Industry’’, *Social Responsibility Journal,* C: 3, No: 4, ss.49-60.

NESTLE (2017), *Facts About The FTSE4Good Index*, (Çevrimiçi), https://www.nestle.com/sites/default/files/asset-library/documents/creating-shared-value/facts-about-ftse4good.pdf, 10 Şubat 2019.

OECD (Organizations For Economic Cooperation and Development), Corporate Social Responsibility – Partners For Progress, Paris. 2001, s.15.

Orlitzky, M., Schmidt, F.L. ve Rynes, S.L., (2003). ‘’Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis’’, *Article in Organization Studies,* C:24, No:3, ss.403-441.

Ortaylı, İ. (2018), *Son İmparatorluk Osmanlı*, Timaş Yayınları, İstanbul, 2018, s.95.

Öner, E. K. (2010), ‘’ Sürdürülebilir Kalkınma Sürecinde Bankaların Rolü Ve Türkiye’de Sürdürülebilir Bankacılık Uygulamaları’’, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, C: 2, No: 3, ss.75-94.

Özçelik, Ö. ve Tuncer, G. (2007), ‘’Atatürk Dönemi Ekonomi Politikaları’’, *Sosyal Bilimler Dergisi,* C: 22, No: 1, ss.253-266.

Özgen, E. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri,* Profil Kitap, 2.Baskı, İstanbul, 2017.

Pedersen, E.R.G.(2015). *‘’ The Anatomy of CSR’’, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,* SAGE Yayınları, Londra.

Peter F. Drucker, P.F. (2006). *Klasik Drucker*, Çev: Zülfü Dicleli, Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2006.

Phılıp Kotler, P. ve Nancy Lee, N. (2017). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, Çev: Sibel Kaçamak, Mediacat Kitapları, İstanbul.

Philippe, J. ve Pouliot, V. (2006), ‘’ The Global Compact: Shifting The Politics of International Developmant?’’, *Global Governance*, C: 12, No: 1. s.55.

Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R. ve Mohammad, S. (2018). ‘'Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamasının Finansal Performans Üzerindeki Etkisi: GCC İslami Bankacılık Sektöründen Kanıtlar'', *İş Etiği Dergisi, C:* 151 No: 2, ss. 451-471.

Pomering, A. ve Dolnicar, S. (2009). ‘’Assessing The Prerequisite of Successful CSR Implementation: Are Consumers Aware of CSR İnitiatives?’’, *Journal of Business Ethics,* C: 85, No: 2, ss.285-301.

Porter, M.E. ve Kramer, M.R. (2006), ‘’ *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility’’*, Harvard Business Review,(Çevrimiçi) https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resourcefiles/Strategy_and_Society.pdf , 20 Şubat 2019.

Post, J.E., Lawrence, W.F.A., Weber, J.(1996). Busıness and Socıety: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics, MCGraw Hıll Press, s.37,53.

Rademacher, L. ve Remus, N.(2014) *Correlating Leadership Style, Communication Strategy And Management Fashion: An Approach To Describing*

The Drivers And Settings of CSR Instıtutıonal, Communicating Corporate Social Responsibility: Perspectives and Practice, s.107.

Rahman, M. ve Eyesmin, J.(2019), '' Corporate Social Responsibility in SAARC Countries: A Study on Commercial Banks'', *European Journal of Business and Management*, C: 11, No: 3, ss.120-128.

Rothlin, S. (2010), '' Towards A Socially Responsible China: A Prelimary Investigation of The Implementation of Global Compact'', *Journal of International Busıness Ethics*, C:3, No:1, ss. 3-13.

Salloum, C., Sayah, M. A. ve Azouri, A. (2015). '' The Financial İnvolvement of The Lebanese Banking Sector in Corporate Social Responsibility'', *EuroMed Journal of Management*, C:1, No:1, ss.21-36.

Scherer, A. ve Palazzo, G. (2008). ''*Handbook of Resarch on Global Corporate Citizenship'',* Edward Elgar Publishing Limited, Amerika.

Scholtens, B. (2009). Corporate Social Responsibility in the International Banking Industry, *Journal of Business Ethics*, C: 86, ss.159–175.

Sert, N.Y. (2012), ''Türkiye'de Özel Sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluk Anlayışına İlişkin Yarar Algısı: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Duyurulmasında Web Sitelerinin Kullanılması'', *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, C: 3, No: 9, ss.35-36.

Shengtian, H., Fu Weihui, F., Xiasong, L. (2010), '' Achieving Sustainability With a Stakeholder- Based CSR Assessment Model For FIEs China'', Journal of International Business Ethics, C:3, No:1, ss. 41-55.

Siddiq, H. ve Javed, S. (2014), ''Impact of CSR on Organizational Performance'', *Europan Journal of Business and Management*, C: 6, No: 31, s.191.

Siegrist, J. ve Wahrendorf, M.(2013), *Quality of Work, Wellbeing, and Retirement, The SAGE Handbook of Aging, Work and Society*, Dorset Press, London.

Singh, Y. (2015), ''Environmental Management Through Green Banking: A Study of Commercial Banks in India'', *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies*, C: 2, No: 4, ss. 17-26.

Smith, M. (2007). ‘*’Research Methods in Accounting*’’, Sage Publication, New Delhi.

Solmaz, B. (2005), ‘’ İşletmelerin Değişen Konumuyla Gelişen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilinci ve Turkcell’in Desteklediği Çağdaş Türkiye’nin Çağdaş Kızları Projesinin Genel Bir Değerlendirmesi’’, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* C: 4, No: 1, ss.116-125.

Şendurur, U. ve Temelli, F. (2018), ‘’Türkiye’de Faaliyet Gösteren Geleneksel Bankalar ve Katılım Bankalarının Sürdürülebilirlik Açısından Karşılaştırılması’’, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, C: 20, No: 2, ss.330-346.

Tanyıldızı, N.İ. (2013). ‘’Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk Uygulama Alanı Olarak Sanat Faaliyetleri (Akbank, Garanti Bankası ve İş Bankası Örneği)’’, *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi,* C: 3, No: 8.

Tiltay, M.A., Öz, M. ve Tepe, M.E. (2019). Stratejik Bir Pazarlama Aracı Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları: Türkiye’de Mevcut Durum ve Eğilimler, PPAD Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, ss. 344-350.

Torlak Ö., ve Tiltay M. A. (2017). *Pazarlama Ahlakı*, 6.Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.

Torlak, Ö. (2001). *Pazarlama Ahlakı, Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi*, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.

Türker, D. (2015). ‘’An Analysis of Corporate Social Responsibility in the Turkish Business Context’’, *Corporate Social Responsibility in Europe*, ss. 483-499.

Ursula, W. ‘’Global Compact Performance Model, Management Models For Corporate Social Responsibility’’, Editör: J. Jonker, M. Witte, Business Media, Berlin, 2006, s.64.

Ustakara, F. (2019), ‘’Türklerde Sosyal Sorumluluğun Temelleri: Halkla İlişkiler Açısından Ahilik Teşkilatı Üzerine Bir Değerlendirme’’, *Selçuk İletişim Dergisi*, C: 12 No: 2, ss. 1169-1181.

Van Riel, C. B. M.(2005), Corporate Associations and Consumer Product Responses: The Moderating Role of Corporate Brand Dominance, '' *Article in Journal of Marketing''*, No: 69, ss. 35-48.

Wood, D.J. (1991), ''Corporate Social Performance Revisited'', *Journal of Monetary Economics,* C: 16, No: 4, ss.693-694.

Yalman, Y.(2018). ''Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının İşletmelerin Kurumsal İtibarına Etkileri: İşletme Yöneticilerinin Algıları Üzerine Bir Araştırma'', T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.

Yamak, S. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

Yeung, S. (2011). '' The Role of Banks in Corporate Social Responsibility'', *Journal of Applied Economics and Business Research,* C:1, No:2, ss.103-115.

Yıldırım, Ö. (2011).''Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tüketici Tutum Ve Davranışları Üzerine Etkisi: Türkiye İş Bankası Örneği', Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

Yıldız, Y. (2012), ''Küresel İlkeler Sözleşmesi Işığında Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk'', İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

Yüksel, S. ve Özsarı, M. (2017)''Identifying the Factors Influence Turkish Deposit Banks to Join Corporate Social Responsibility Activities by Using Panel Probit Method'', *Journal of Finance & Banking Studies*, C: 6 No: 1. ss. 39-50.

T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı(2019), ''Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni – Haziran'', Ankara.

Çevrimiçi Kaynak Dizilimi

file:///C:/Users/Qx/Downloads/2011_05_02_surdurebilirlik_calismasi_2010.pdf

http://ebulten.ziraatbank.com.tr/tr/s/d/ziraatweb/tr/m-1-11.html

http://www.pfmcorp.com.au/files/ceres-principles.pdf, s. 1,2. 10 Şubat 2019,

http://www.tskb.com.tr/tr/hakkimizda/kurumsal-sosyal-sorumluluk/

http://www.yapikredikss.com.tr/sosyal-sorumluluk-projelerimiz/

https://mediaservice.halkbank.com.tr/media/document/Halkbank/Biz/Surdurulebilirlik/raporlarveetkinlikler/

https://philadelphiaencyclopedia.org/archive/sullivan-principles/

https://statik.iskur.gov.tr/tr/kurumumuz/mevzuat/ilo1.htm)/, 2 Şubat 2019.

https://www.akbank.com/tr-tr/Yatirimci-iliskileri/Sayfalar/Kurumsal-Sosyal-Sorumluluk.aspx

https://www.albaraka.com.tr/surdurulebilirlik/kurumsal-sosyal-sorumluluk-calismalari.aspx

https://www.alternatifbank.com.tr/media/6144/alternatifbank_2018_fr_tr_1103.pdf

https://www.atbank.com.tr/documents/ARAP%20TURK%20BANKASI%20A.S.%202014%20YILI%20FAALIYET%20RAPORU%20.PDF

https://www.citibank.com.tr/gcb/turkish/pdf/mikro_girisimci.pdf

https://www.db.com/turkey/docs/Deutsche_Bank_2017_Turkish.pdf

https://www.denizbank.com/hakkimizda/sosyal-sorumluluk.aspx

https://www.ftserussell.com/products/indices/ftse4good

https://www.hsbc.com.tr/hsbc-hakkinda/surdurulebilirlik/gelecege-gonulluyuz

https://www.ing.com.tr/tr/ing/toplumsal-yatirimlarimiz/genel-bakis

https://www.isbank.com.tr/TR/hakkimizda/kurumsal-sosyal-sorumluluk/
https://www.kssd.org/, 5 Ocak 2019.

https://www.kuveytturk.com.tr/hakkimizda/kuveyt-turk-hakkinda/degerlerimizle-buyuyoruz

https://www.mlyb.com.tr/MLYB/FR/MLYB_FR

https://www.nurolbank.com.tr/bizdenhaberler.php?b=Nurolbank-Sosyal-Sorumluluk-Projeleri-&haber=1

https://www.odeabank.com.tr/tr-TR/Hakkimizda/raporlar/YearlyActivityReport/ODEABANK_FAALIYET_RAPORU_

https://www.oecd.org/daf/inv/mne/38111419.pdf , s. 8-9. 2 Şubat 2019.

https://www.oxfam.org/en

https://www.pashabank.com.tr/tr/haberler/

https://www.qnbfinansbank.com/qnb-finansbanki-taniyin/kurumsal-sosyal-sorumluluk/

https://www.sekerbank.com.tr/hakkimizda/surdurulebilirlik

https://www.sgs.com.tr/

https://www.siviltoplum.gov.tr/derneklerin-yillara-gore-uye-sayilari

https://www.siviltoplum.gov.tr/dernek-uye-sayilarinin-turkiye-nufusuna-orani

https://www.star.com.tr/guncel/vakif-katilimla-kus-evleri-yeniden-canlaniyor-haber-1275935/

https://www.teb.com.tr/yatirimci/interaktif_2010/tr/m-1-10.aspx

https://www.tu.bk.mufg.jp/assets/annual_report_2016_tr.pdf

https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/hakkimizda/sayfalar/kurumsal-sosyal-sorumluluk.aspx

https://www.unepfi.org/fileadmin/statements/UNEPFI_Statement.pdf

https://www.unglobalcompact.org/

https://www.vakifbank.com.tr/sosyal-sorumluluk.aspx?pageID=128

www.globalcitizen.org

https://www.globalcitizen.org/en/content/adidas-teases-first-ever-sneaker-made-from-ocean-p/