


Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Dünyada Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmeleri ile Borsa İstanbul Konaklama İşletmelerinin Karşılaştırmalı Analizi*

Corporate Social Responsibility Activities in Lodging Companies: The Comparative Analysis of the World's Most Valuable Branded Lodging Companies and Borsa Istanbul Lodging Companies

Doç.Dr. Erdiñç KARADENİZ 
Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta:ekaradeniz@mersin.edu.tr

Sema Nur ÜNLÜBULDUK 
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
E-posta:unlubulduksemanur@hotmail.com

Öz

Bu araştırmanın amacı dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile Borsa İstanbul konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlanma düzeyini karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Bu amaçla söz konusu işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ve yıllık faaliyet raporları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz neticesinde “Çalışanlar” ve “Sektör” temaları altında oluşturulan kodların analiz kapsamındaki bütün konaklama işletmeleri tarafından en fazla faaliyet gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu belirlenmiştir. Ayrıca marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin, Borsa İstanbul konaklama işletmelerine göre daha fazla kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği ve yayımladıkları raporlar aracılığı ile söz konusu faaliyetleri paydaşlarına daha etkin sundukları saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması, Yıllık Faaliyet Raporları, Konaklama İşletmeleri.

Abstract

The purpose of this study is to comparative analyze the reporting level of corporate social responsibility activities in the most valuable branded lodging companies in the world and Borsa Istanbul lodging companies. For this purpose, the corporate social responsibility and annual reports of the companies were tried to be analyzed by content analysis method. As a result of the analysis, it has been determined that the codes created under the themes of “Employees” and “Sector” are the areas of corporate social responsibility with the most activities performed by all lodging companies. In addition, it was found that the most valuable branded lodging companies performed more corporate social responsibility activities than Borsa İstanbul lodging companies and presented these activities more effectively to their stakeholders through the reports they published.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Reporting, Annual Reports, Lodging Companies.

Bu çalışma, 2019 yılının Temmuz ayında Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği A.B.D. bünyesinde tamamlanan “Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Analizi: Borsa İstanbul Konaklama İşletmeleri Ve Marka Değeri En Yüksek Uluslararası Konaklama İşletmeleri Karşılaştırması” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. Giriş

1980'li yıllardan itibaren küreselleşmeyle beraber sınırların yok olduğu iş dünyasında, işletmelerin paydaşlarına olan sorumlulukları çoğalmıştır. İşletmeler artık yalnızca muhasebe karını hedeflememekte, bunun yanında çevre kirliliği, insan hakları, sürdürülebilir ekonomi, toplumsal refahın iyileşmesi ve ilerlemesi gibi konularda da sorumluluk almak durumunda kalmaktadırlar. Değişen yapılanmada, işletmelerin paydaşlarına yönelik ek olarak üstlendikleri sorumluluklar, genel olarak sosyal sorumluluk olarak ifade edilmektedir (Alpaslan, 2012). İşletme biliminde sosyal sorumluluk, tüm paydaşların ihtiyaçlarını veya beklentilerini karşılamak olarak tanımlanmaktadır (Bansal ve Kandola, 2003). Sosyal sorumluluk faaliyetleri, toplum refahını iyileştirme ve çevreyi koruma amacı güden, faaliyetler olup, toplum kavramı içerisindeki tüm paydaşları kapsamaktadır. Bununla birlikte sosyal sorumluluk faaliyetleri refah, sağlık ve güvene ek olarak, psikolojik ve duygusal gereksinimlere yönelik uygulamalardır (Kotler ve Lee, 2013). Kurumsal sosyal sorumluluk ise işletmelerin kurallara uyma, karar verme, toplumun değerleri ve amaçları doğrultusunda oluşan faaliyetleri gerçekleştirme yükümlülüğü olarak tanımlanmaktadır (Bowen, 1953). Yukarıdaki tanımlardan hareketle kurumsal sosyal sorumluluk kavramını; işletmelerin yasal zorunluluklar taşımadan, tüm paydaşları için gönüllü ve işletme stratejilerine, vizyon ve misyonlarına paralel olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel konulara duyarlı, etik ve sorumluluk sahibi yaklaşımlarla faaliyetler gerçekleştirmesi olarak tanımlamak mümkündür.

Kurumsal sosyal sorumluluk, temelinde gönüllülüğü esas almaktadır. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk olgusu, toplumun beklentileri doğrultusunda, işletmelerin önemini belirlemede etkisi olan bir değer yaratımı süreci haline almıştır. Ayrıca işletmelerin, gönüllü olarak çalışanlarının ve ailelerinin, yerel toplumun ve küresel toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek için gerekli adımları atmalarını gerekli kılmaktadır (Martin ve diğ., 2009; Özgen, 2007). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını benimseyerek iş kültürü haline getiren işletmeler, toplum içinde kazandığı itibar ile birlikte işletme imajını iyileştirmektedirler. İşletme imajında yaşanan bu değişim, işletmenin marka değerini doğrudan ve olumlu şekilde etkilemektedir. Bununla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmenin, daha iyi koşullar altında borçlanabilme ve hisse senedi değerini artırma üzerinde etkileri bulunmaktadır. Ayrıca işletme tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projelerine işletme çalışanlarının ve müşterilerin dahil edilmesi hem çalışan bağlılığını artırmakta hem de müşteri sadakatini olumlu yönde etkilemektedir (Argüden, 2002).

Turizm sektörünün en önemli aktörlerinden biri olan konaklama işletmeleri, sektörün sürdürülebilir büyümesi açısından son derece önemli bir rol oynamaktadır (Shoval ve Cohen-Hattab, 2001). Son yıllarda konaklama işletmelerinin sayılarında oluşan hızlı büyüme, işletmelerde oluşan tüketim hızının yükselmesine sebep olabilmektedir. Tüketim hızının yükselmesi ile birlikte hem kaynakların kullanımında hem de işletmelerde oluşan atık oranlarında artış meydana gelmektedir (Atay ve Dilek, 2013). Konaklama işletmelerinin yatırımları sürecinde doğaya verilen zarar, yeşil alanların yerini alan betonlaşma, işletmelerin faaliyet alanlarında yaşayan yerel halka karşı yanlış tutumları, kültürel mirasın tahribi, atık yönetimindeki başarısızlıklar ve bilinçsiz kaynak tüketimi gibi konular sektöre yönelik sosyal sorumluluk bağlamında eleştirilere neden olmaktadır (Ateşoğlu ve Türker, 2010). Konaklama işletmelerinin hem varlıklarını hem de maddi kazançlarını devam ettirebilmeleri için, kurumsal sosyal sorumluluğu başta çevre, yerel ekonomi, çalışanlar ve müşteriler olmak üzere işletme faaliyetinin her alanında benimsemesi ve davranış haline getirmesi gerekmektedir (Pelit ve Pekmezci,

2012). Sektördeki işletmelerin bu faaliyetlerde bulunması kadar, faaliyetleri raporlaması ve tüm paydaşlarına sunması da önemlidir.

Bu araştırmanın amacı, Borsa İstanbul'da (BIST) işlem gören konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlamalarının, karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmesidir. Araştırma, belirlenen amaçlara yönelik olarak dört bölüme ayrılmıştır. Araştırmanın birinci bölümünde konuyla ilgili daha önce konaklama işletmelerine yönelik yapılan araştırmalar özetlenmiştir. İkinci bölümde, araştırmanın veri kaynakları ve kullanılan analiz yöntemi açıklanmıştır. Üçüncü bölümde, gerçekleştirilen analiz sonucunda elde edilen bulgular sunulmuştur. Araştırmanın son bölümünde ise analiz sonucunda elde edilen bulgular bağlamında genel bir değerlendirme yapılarak öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

2. Literatür

Konuyla ilgili olarak konaklama işletmelerine yönelik literatür incelendiğinde, konaklama işletmesi yöneticilerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakış açılarını ele alan çalışmaların olduğu saptanmıştır (Huimin ve Ryan, 2011; Levy ve Park, 2011; Pelit ve diğ., 2009). Bu çalışmalarda konaklama işletmesi yöneticilerinin genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramına önem verdikleri belirlenmiştir. Yine kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çalışanların iş performansı, iş tatmini, işte kalma niyeti, işe ve örgüte bağlılığı üzerindeki etkiyi belirlemeye yönelik araştırmalarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, iş görenler tarafından olumlu algılandığı ve önemli ölçüde iş tatminini, işte kalma niyetini, iş performansını ve örgütsel kimlik düzeyini olumlu etkilediği belirlenmiştir (Avcı ve Akdemir, 2014; Park ve Levy, 2014; Çalışkan ve Ünüsan, 2011). Konaklama işletmelerine yönelik ilgili literatürde konuyla bir başka önemli araştırma eğiliminin ise kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletme performansına, piyasa değerine ve müşteri memnuniyetine olan etkilerini belirlemeye yönelik olduğu saptanmıştır (Ghaderi ve diğ., 2019; Ionescu ve diğ., 2018; Su, Pan ve Chen, 2017; Garay ve Font, 2012; Lee ve Heo, 2009). Bu araştırmalarda da kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin genel olarak konaklama işletmelerinin finansal değer yaratma, itibar, verimlilik, rekabet ve inovasyon açısından performanslarına olumlu etkileri olduğu ayrıca konaklama işletmelerine gelen müşterilerin memnuniyet düzeylerini de olumlu etkilediği belirlenmiştir. Bunlara ek olarak konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini belirlemeye yönelik de literatürde araştırmaların gerçekleştirildiği saptanmıştır.

Bu bağlamda Henderson (2007), Hint Okyanusunda gerçekleşen tsunami sonrasında bölgede bulunan konaklama işletmelerinin toplum ve çevrenin refahı ve hasar gören yerlerin restorasyonu için uluslararası yardım kuruluşları ve yerel gruplarla ortaklaşa kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdiklerini saptamıştır.

Holcomb ve diğ. (2007), belirli kriterlere göre seçtikleri en iyi on konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini çoğunlukla kurumsal web sitelerinde bildirdiklerini saptamışlardır. Konaklama işletmelerinin incelenen raporlarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerinin %80'inin bağlılıklardan oluştuğu belirtilmiştir.

Ateşoğlu ve Türker (2010), Muğla ilinde faaliyet gösteren 43 konaklama işletmesinin genellikle çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları üzerinde durduklarını, kültürel ve toplumsal gelişime yönelik konularla ilgili ise daha az faaliyette bulduklarını tespit etmişlerdir.

Golja ve Nizic (2010), Hırvatistan'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin hiçbirinin kurumsal web sitelerinde kendi kurumsal bilgilerinin paydaşlarına sunmadıkları ayrıca sürdürülebilirlik veya çevresel raporlarını yayınlamadıklarını saptamışlardır.

Güzel (2010), Türkiye Otelciler Federasyonu'na (TÜROFED) üye olan 42 adet beş yıldızlı konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında önemli farklılıklar tespit edememiştir. Bununla birlikte az sayıda işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri için ayrı bir bütçe ayırdığını saptamıştır.

Grosbois (2012), Hotels Magazine tarafından yayımlanan Kurumsal 300 Listesinde yer alan 150 büyük konaklama işletmesinin kamuoyuyla paylaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili bilgi miktarını, niteliğini ve kapsamını araştırmak için yıllık faaliyet raporlarını, sürdürülebilirlik raporlarını ve kurumsal web sitelerini incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, analize dahil edilen işletmelerin büyük çoğunluğunun, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili seçilen temalardan en az birini kapsayan raporlamalar yaptığı gözlemlenmiştir. Ayrıca işletmelerin kendi kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri hakkında verdikleri bilgilerin detay düzeyinin de değiştiği belirlenmiştir.

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

Durovic ve diğ. (2015), konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin topluma iletilme yöntemlerini tespit etmeyi hedeflemişlerdir. Araştırmanın sonucunda, büyük uluslararası otel zincirlerinin kurumsal sosyal sorumluluk hedeflerine katkıda bulunmak için yaptığı özel girişimler ile ilgili detaylı raporlar ortaya koyarken, bağımsız konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluğun sadece vizyon ve misyon ifadeleri ile bildirilmekle sınırlı kaldığı ya da hiç bildirilmediği saptanmıştır.

Akmeşe ve Aras (2016), Borsa İstanbul Turizm Endeksi'nde yer alan altı adet konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları hakkındaki farkındalık düzeylerini ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlamalarını incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, işletmelerin genelde sosyal yardımlaşma kapsamında dernek ve vakıflara bağış şeklinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yürüttükleri tespit edilmiştir.

Cech ve diğ. (2018), Çekya ve Slovakya'da faaliyet gösteren otel işletmelerinde ne tür kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirildiğini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda küçük ölçekli otel işletmelerinin büyük ölçekli otel işletmelerine göre daha gayri resmi ve kişisel bir yaklaşım kullanarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir. Yine işletmelerde ekonomik alanda müşteriler ve tedarikçilerle uzun vadeli ilişkiler kurma, sosyal alanda çalışanların niteliklerini yükseltmek için fırsatlar yaratma ve adil ödül sistemi, çevre alanında ise çevre dostu atık yönetimi gibi sorumluluk faaliyetlerinin daha sık gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

Ettinger ve diğ. (2018), kurumsal sosyal sorumluluk sertifikalı otellerin web sitelerinde sosyal sorumluluklarını iletme şekillerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu bağlamda otellerin web sitelerine içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi sonucunda tedarikçi ilişkilerinin, sürdürülebilir kaynak kullanımının ve çevre uygulamalarının oteller tarafından web sitelerinde iletilen önemli sorumluluk alanları olduğu, buna karşılık, çalışan ve toplum ilişkilerine daha az yer verildiği tespit edilmiştir.

Yukarıda özetlenmeye çalışılan konuyla ilgili literatür bağlamında son yıllarda uluslararası ve ulusal düzeyde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirmeye çalıştıkları saptanmıştır. Ancak literatür incelendiğinde konuyla ilgili gerçekleştirilen araştırmalarda konaklama işletmelerinin hem bu faaliyetleri yerine getirme düzeylerinde hem de raporlama süreçlerinde eksiklikleri olduğu (Akmeşe ve Aras, 2016; Durovic ve diğ. 2015; Grosbois, 2012; Ateşoğlu ve Türker, 2010; Holcomb ve diğ. 2007) vurgulanmaktadır. Yine konaklama işletmelerine yönelik olarak genellikle konaklama işletmesi yöneticilerinin veya çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini algılamaya dönük çalışmaların (Avcı ve Akdemir, 2014; Park ve Levy, 2014; Çalışkan ve Ünüsan, 2011; Huimin ve Ryan, 2011; Levy ve Park, 2011; Pelit ve diğ., 2009) ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletme performansına, piyasa değerine ve müşteri memnuniyetine olan etkilerini belirlemeye yönelik araştırmaların (Ghaderi ve diğ., 2019; Ionescu ve diğ., 2018; Su, Pan ve Chen, 2017; Garay ve Font, 2012; Lee ve Heo, 2009) gerçekleştirildiği saptanmıştır. Bunun dışında Borsa İstanbul Turizm Endeksi'nde yer alan altı tane halka açık konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini belirlemeye yönelik bir araştırmaya (Akmeşe ve Aras, 2016) ulaşılmıştır.

Bu araştırmada ise kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve bu faaliyetlerin raporlanma düzeyinin hem Türkiye'de Borsa İstanbul'da (BIST) hisseleri işlem gören on adet konaklama işletmesi hem de uluslararası olarak marka değeri en yüksek on adet konaklama işletmesi bağlamında analizi gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Böylece hem bu işletmelerin kendi sınıflandırması içinde karşılaştırmasının hem de Türkiye'deki halka açık konaklama işletmeleri ile dünyanın en yüksek marka değerine sahip konaklama işletmelerinin karşılaştırması yapılarak güçlü ve geliştirilmesi gereken zayıf taraflar saptanmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın hem örneklemin farklılığı hem de uluslararası bir karşılaştırma içermesi nedeniyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. Yöntem

Bu araştırmanın amacı, BIST'de işlem gören konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve bu faaliyetleri raporlama düzeylerini içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek değerlendirilmesidir. Araştırmanın amacı doğrultusunda BIST'de işlem gören on konaklama işletmesi ve Brand Finance kuruluşu tarafından yayımlanan dünyanın en değerli otel markaları listesi (Brand Finance, 2018) sıralamasında yer alan ilk on konaklama işletmesi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Söz konusu konaklama işletmelerinin isimleri aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo 1: Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmeleri

2018 Yılında Dünyanın En Yüksek Marka Değerine Sahip Konaklama İşletmeleri	BIST Konaklama İşletmeleri
1) Hilton Hotels Corporation	1) Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.
2) Marriott International Inc.	2) Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.
3) HYATT Hotels Corporation	3) Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.
4) Holiday Inn	4) Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.
5) Courtyard by Marriott	5) Martı Otel İşletmeleri A.Ş.
6) Shangri-La Asia Hotels and Resorts	6) Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.
7) Wyndham Hotels and Resorts	7) Petrokent Turizm A.Ş.
8) Sheraton Hotels & Resorts	8) Tek- Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.
9) Ramada Worldwide Inc.	9) Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.
10) Hampton by Hilton	10) Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.

Tablo 1 incelendiğinde, Brand Finance kuruluşu tarafından belirlenen dünyanın en yüksek marka değerine sahip ilk on konaklama işletmesi ile Türkiye’de BIST’te pay senetleri işlem gören on adet konaklama işletmesi olmak üzere toplamda 20 işletmenin analize dahil olduğu görülmektedir. Örneklem olarak marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin seçilme sebebi, marka değerleri itibarıyla en başarılı konaklama işletmeleri olması ve bu bağlamda doğru yönetim, finansman, satış, pazarlama, müşteri ilişkileri ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirdikleri varsayımdır. BIST konaklama işletmelerinin seçilme sebebi ise söz konusu işletmelerin halka açık ve borsada işlem gören işletmeler olmaları nedeniyle şeffaf olmaları ve raporlarını düzenli aralıklarla paydaşlarına sunma gerekliliği taşımalarıdır. Ayrıca, halka açık işletmelerin paydaşlarına yönelik gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini açıklama yükümlülükleri bulunmaktadır. Bu sebeple BIST konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlamalarının incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Böylelikle hem bu işletmelerin kendi sınıflandırması içinde karşılaştırması yapılmış hem de Türkiye’deki halka açık konaklama işletmeleri ve dünyanın en yüksek marka değerine sahip konaklama işletmeleri karşılaştırılarak güçlü ve geliştirilmesi gereken zayıf taraflar saptanmaya çalışılmıştır.

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

Araştırmanın analiz sürecinde, incelenen konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yıllarına ait kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet raporları ve yıllık faaliyet raporları içerik analizine tabi tutulmuştur. İşletmelerin 2018 ve 2019 yıllarına ait raporlarının analize dahil edilmemesinin sebebi, söz konusu raporların tüm işletmeler tarafından analizin gerçekleştirildiği tarihte yayımlanmamış olmasıdır. Analiz sürecinde kullanılan içerik analizi; birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamak şeklinde tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

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

Analiz kapsamında incelenen konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği faaliyetler arasından belirlenen 33 kod ve 5 tema Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2: Analiz Kapsamında Oluşturulan Temalar ve Kodlar

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

4. Bulgular

Araştırmancının bu bölümünde, gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmaktadır. Tablolardan yararlanılarak marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile BIST konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yıllarında gerçekleştirdikleri ve raporladıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik karşılaştırmalı yorumlara yer verilmektedir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular 2016 ve 2017 yılları bağlamında iki ayrı alt başlıkta sunulmaya çalışılmaktadır.

4.1. Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılına İlişkin Analiz Bulguları

Analize dahil 20 konaklama işletmesinin 2016 yılında gerçekleştirdikleri ve kamuoyuyla paylaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve bu faaliyetler neticesinde yüzdelerle performanslarına göre sıralanışı Tablo 3’de sunulmaktadır.

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

Tablo 3 genel olarak incelendiğinde, analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinde “Çalışanlar” ve “Sektör” temaları altında oluşturulan kodların en sık tercih edilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu görülmektedir. Bu bağlamda analize dahil edilen işletmelerin, paydaşlarına yönelik gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha çok önem verdiği düşünülmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Toplum” ve “Çevre” temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin “Toplum” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu bağlamda analize dahil edilen işletmelerin, 2016 yılında paydaşlarına yönelik gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha çok önem verdiği düşünülmektedir.

Tablo 3: Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılında Gerçekleştirdikleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE								TOPLUM								ÇALIŞANLAR								ETİK UYG.							SEKTÖR				%		
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	W	Q	X	α	β					
1.Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	100	
2.Marriott	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9
3.Courtyard	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9
4.Sheraton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9
5.Hampton by Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9
6.Holiday Inn	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93,9
7.Ramada	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	90,9
8.Wyndham	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	90,9
9.Hyatt	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	81,8
10.Shangri-La	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	81,8	
11.Altinyunus Çeşme	+	+	+	+		+			+			+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	66,6	
12.Martı Otel								+	+	+		+			+	+	+	+			+	+			+	+			+		+	+	+	+	+	+	45,4	
13.Merit								+			+					+	+			+	+					+	+			+	+	+	+	+	+	+	36,3	
14.Marmaris Altinyunus	+		+	+												+	+	+		+			+						+	+		+	+	+	+	+	33,3	
15.Avrasya									+	+	+					+	+	+	+			+			+			+		+		+	+	+	+	+	30,3	
16.Kuştur Kuşadası									+	+	+					+	+	+		+									+	+	+		+	+	+	+	30,3	
17.Tek-Art											+					+			+				+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	27,2	
18.Ütopya																+		+	+				+						+	+	+	+	+	+	+	+	21,02	
19.Ulaşlar																+	+	+											+			+	+	+	+	+	12,1	
20.Petrokent																			+																+	+	9,1	

Tabloda “Çevre” teması altında “Enerji Tasarrufu”, “Atık Yönetimi” ve “Geri Dönüşüm” kodlarının, “Toplum” teması altında “Bağış” kodunun, “Çalışanlar” teması altında “Adil ve Eşit Fırsatlar” kodunun, “Etik Uygulamalar” teması altında “Davranış Kodu” ve “Sektör” teması altında “Hissedar İlişkileri” kodunun analize dahil edilen işletmeler tarafından en sık bilgi sağlanan alanlar oldukları tespit edilmiştir.

Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin tamamının 2016 yılında “Enerji Tasarrufu”, “Atık Yönetimi” ve “Geri Dönüşüm” kodlarına katılım sağladığı görülürken, BIST konaklama işletmelerinden sadece iki tanesinin konu bağlamında faaliyetini bildirdiği görülmektedir. “Adil ve Eşit Fırsatlar” koduna marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin tamamı katılım gösterirken, BIST konaklama işletmelerinden sekiz tanesinin konu ile ilgili faaliyetlerini raporladığı görülmektedir. Genel olarak incelendiğinde, 2016 yılında temalar altındaki 33 kod içinde en çok sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodun “Hissedar İlişkileri” olduğu saptanmıştır. Analize dahil edilen konaklama işletmelerinin 2016 yılına ait faaliyet ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının analizi bağlamında, en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmelerin Hilton Hotels Corporation, Hampton by Hilton, Marriott International Inc., Sheraton Hotels and Resorts ve Courtyard by Marriott olduğu tespit edilmiştir. Petrokent Turizm A.Ş.’nin ise oluşturulan 33 kod içinden 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren işletme olduğu saptanmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda, 2016 yılı içerisinde marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve söz konusu faaliyetlere raporlarında yer verme düzeyleri arasında farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin, BIST konaklama işletmelerine göre daha sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdikleri ve yayımladıkları raporlar aracılığı ile söz konusu faaliyetleri bildirdikleri tespit edilmiştir.

4.2. Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılına İlişkin Analiz Bulguları

Analize dahil 20 konaklama işletmesinin 2017 yılında gerçekleştirdikleri ve kamuoyuyla paylaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve bu faaliyetler neticesinde yüzdelerle performanslarına göre sıralanışı Tablo 4’de sunulmaktadır.

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

Tablo 4: Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılında Gerçekleştirdikleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE							TOPLUM							ÇALIŞANLAR							ETİK UYG.					SEKTÖR				%				
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	W	Q		X	α	β	
1.Marriott	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	100
2.Courtyard	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9
3.Sheraton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,6
4.Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93,9
5.Hampton by Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93,6
6.Shangri-La	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		81,8
7.Hyatt	+	+	+	+		+	+		+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+			+	+			+	+	+	+	+	78,7
8.Holiday Inn	+	+	+	+	+	+			+	+	+		+	+	+	+	+		+	+		+		+	+					+	+	+	+	+	78,7
9.Altinyunus Çeşme	+	+	+	+		+			+			+	+		+	+	+	+	+	+	+	+			+				+	+	+	+	+	+	66,6
10.Wyndham		+	+		+	+						+			+		+	+	+		+		+		+	+				+	+	+	+	51,5	
11.Ramada		+	+		+	+						+			+		+	+	+		+		+		+	+				+	+	+	+	51,5	
12.Martı Otel								+	+	+		+			+	+	+	+			+	+			+	+				+	+	+	+	45,4	
13.Merit								+			+				+	+			+	+					+	+				+	+	+	+	36,3	
14.Marmaris Altinyunus	+		+	+											+	+	+		+			+							+	+		+		33,3	
15.Avrasya									+	+	+				+	+	+	+			+			+						+	+			30,3	
16.Kuştur Kuşadası									+	+	+				+	+	+		+											+	+	+			30,3
17.Tek-Art											+					+					+			+	+					+	+	+			27,2
18.Ütopya															+		+	+					+							+	+	+			21,2
19.Ulaşlar															+	+														+					9,1
20.Petrokent																		+															+		6,1

Tablo 4 genel olarak değerlendirildiğinde, 2017 yılında da “Çalışanlar” ve “Sektör” temaları altında oluşturulan kodların hem BIST konaklama işletmeleri hem de marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri tarafından daha yoğun bir şekilde tercih edilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu gözlemlenmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Toplum” ve “Çevre” temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin “Toplum” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği belirlenmiştir. Tabloda “Çevre” teması altında “Atık Yönetimi” kodu ve “Toplum” teması altında ise “Bağış” kodunun öne çıktığı görülmektedir.

Tablo 4’teki “Çalışanlar” teması incelendiğinde “Adil ve Eşit Fırsatlar” ile “Mesleki Gelişime Destek” kodlarının en sık raporlanan faaliyet konuları olduğu gözlemlenmektedir. “Etik Uygulamalar” teması altında “Davranış Kodu” ve “Sektör” teması altında “Hissedar İlişkileri”, “Misafir İlişkileri” ve “Tedarikçi İlişkileri” kodlarının analize dahil edilen işletmeler tarafından en sık bilgi sağlanan alanlar oldukları tespit edilmiştir. Genel olarak incelendiğinde, temalar altındaki 33 kod içinde en çok kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodun “Bağış” olduğu saptanmıştır. Analize dahil edilen konaklama işletmelerinin 2017 yılına ait faaliyet ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının analizi bağlamında, en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmelerin Marriott International Inc., Courtyard by Marriott, Sheraton Hotels and Resorts, Hilton Hotels Corporation ve Hampton by Hilton olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu 2016 yılı analiz sonuçları ile farklılık oluşturmaktadır. Yıllar bazında oluşan bu farklılık, Hilton Hotels Corporation ve bünyesinde çalışan işletmelerin 2016 yılında “Tazminat ve Ödüller” kodu bağlamında gerçekleştirdikleri faaliyetleri raporlarken, 2017 yılında söz konusu kod bağlamında bir faaliyet raporlamamasından kaynaklanmaktadır.

Analize dahil edilen konaklama işletmelerinin 2017 yılına ait faaliyet ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının analizi bağlamında Petrokent Turizm A.Ş.’nin ise oluşturulan 33 kod içinden 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren işletme olduğu saptanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda, 2017 yılı içerisinde marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve söz konusu faaliyetlere raporlarında yer verme düzeyleri arasında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin, BIST konaklama işletmelerine göre daha sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği ve yayımladıkları raporlar aracılığı ile söz konusu faaliyetleri bildirdikleri saptanmıştır.

BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek için 2016 ve 2017 yılına ait kurumsal sosyal sorumluluk başlıklı ayrı rapor yayımlamadıkları, söz konusu faaliyetlerini kurumsal faaliyet raporları aracılığı ile sundukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş. tarafından 2017 yılında yayımlanmış “Çevre Politikası” bildirisinde bulunmaktadır. İşletmelerden beş tanesinin faaliyet raporları içinde oluşturulan ana başlıklar altında, dört tanesinin ise alt başlıklar altında faaliyetleri raporladığı görülmüştür. İşletmelerin kurumsal faaliyet raporlarında genellikle yapmış oldukları bağış ve yardım politikaları ile ilgili açıklamalara yer verdikleri gözlemlenmiştir. Söz konusu raporlarda BIST konaklama işletmelerince yasal yükümlülüklerin yerine getirildiği vurgusunun sıklıkla yapıldığı görülmüştür. İşletmelerin kurumsal faaliyet raporlarında yer alan sosyal sorumluluk ile ilgili bölümlerde, çevresel ve toplumsal konularda verilen zararlar bağlamında ceza alınmadığı, haklarında açılan herhangi bir dava bulunmadığı gibi ifadelere çoğunlukla yer verildiği gözlemlenmiştir. Çalışanların sosyal hakları ve eğitimlerinin iyileştirilmesi için gerçekleştirilen faaliyetlerin bildirildiği, işletmelerin kazandığı ödüllerin ve aldıkları

sertifikaların paylaşıldığı görülmüştür. İlgili bölümlerde işletmeler tarafından yazılı etik kuralların oluşturulduğuna ve faaliyetlerin gerçekleştirilirken etik kurallar çerçevesinde hareket edildiğine değinilmiştir.

5.Sonuç

Günümüzde turizm sektörü, sürdürülebilir çevre ve ekonomik büyüme ile doğrudan etkileşim içinde olan sektörlerden biridir. Ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğin yanı sıra toplumsal fayda yaratmak için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmek, turizm sektörünün önemli aktörlerinden birisi olan konaklama işletmeleri için kurumsal strateji ve planlamaların ana unsurlarından biri haline gelmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, konaklama işletmeleri için güçlü paydaş ilişkileri oluşturmak açısından da önem arz etmektedir. Bu bağlamda çevreyi ve kültürel mirası koruma, enerji ve atık yönetimi, yerel refahı destekleme, ayrımcılıkla mücadele, çalışanlar için adil çalışma koşulları oluşturma, toplumun refahına katkıda bulunma ve hissedar ve misafirler ile sağlıklı ilişkiler kurma, konaklama işletmelerinin stratejileri için önem arz eden hususlar olarak kabul edilmektedir. Paydaşlarına karşı duyarlı hareket ederek kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştiren konaklama işletmelerinin, söz konusu faaliyetleri paydaşlarına iletebilmesi de önemlidir.

Bu araştırmanın temel amacı; BIST konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2016-2017 yıllarına ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlamalarının, içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek uluslararası bağlamda karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir.

Analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinin 2016 yılında yayımlanan kurumsal raporları analiz edildiğinde, işletmelerin hiçbirinin kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayımlamadıkları saptanmıştır. Yıllık faaliyet raporları incelendiğinde işletmelerin en sık bilgi sundukları temaların “Çalışanlar” ve “Sektör” olduğu tespit edilmiştir. Hem BIST konaklama işletmelerinin hem de marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin çalışanları için gerçekleştirdikleri faaliyetlere raporlarda sıkça yer verdikleri belirlenmiştir. Bu durumun, artan çalışan refahının performansa olumlu yansımaları açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Çevre” ve “Toplum” temaları karşılaştırıldığında, “Toplum” temasını oluşturan kodlarla ilgili daha çok bilginin sunulduğu saptanmıştır. 2016 yılına ait raporlar genel olarak incelendiğinde, BIST konaklama işletmeleri ile marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlamada bölüm başlıkları sunumu itibari ile farklılıklar olduğunu söylemek mümkündür. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlarken, tüm paydaşlar için gerçekleştirilen faaliyetleri ayrı bölümler halinde sunduğu saptanmıştır. Buna karşın BIST konaklama işletmeleri ile ilgili aynı durumun geçerli olmadığı gözlemlenmiştir.

2017 yılında yayımlanan kurumsal raporlar incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek için ayrıca raporlar yayımladıkları saptanmıştır. Ancak 2016 yılında olduğu gibi, 2017 yılında da BIST konaklama işletmelerinin hiç birisinin kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayınlamadığı gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin, konu bağlamındaki yaklaşımlarını ve faaliyetlerini, yıllık faaliyet raporlarında “İş Sağlığı ve Güvenliği, Genel Bilgiler, İnsan Kaynakları Politikası, Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” gibi başlıklar altında ve dağınık şekilde bildirdikleri saptanmıştır. Buna karşın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının; grafiklerden, çalışan ifadelerinden, oranlardan, gerçekleştirilen faaliyetlerin görsellerinden yararlanılarak profesyonelce hazırlandığı belirlenmiştir. Dolayısıyla BIST konaklama işletmelerinin

aksine marka değeri en yüksek konaklama işletmelerine ait raporların, biçimsel anlamda oldukça ilgi çekici olduğu söylenebilir. Raporları etkili bir iletişim stratejisi olarak kullanmak için, içeriğinin ve yapısının oluşturulmasında özen gösterilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda BIST konaklama işletmelerinin, marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri tarafından hazırlanan raporları incelemesi ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin etkin raporlanması ile ilgili çalışmalar gerçekleştirmesi tarafımızca önerilmektedir. 2017 yılı analiz sonuçlarında işletmelerin en sık bilgi sundukları temaların “Çalışanlar” ve “Sektör” olduğu tespit edilmiştir. Bu durum 2016 analiz sonuçları ile benzerlik taşımaktadır. Analiz sonuçlarında her iki yıl içinde “Sanata Destek” kodu bağlamında oldukça az sayıda bilgi sunulduğu görülmektedir. Analize dahil edilen işletmeler için sanat konusunun öncelikli bir kurumsal sosyal sorumluluk alanı olmadığını söylemek mümkündür.

2016 ve 2017 yılında yayımlanan raporlar incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin tamamında kurumsal raporların son bölümlerinde iklim değişikliği, yolsuzlukla mücadele, sürdürülebilirlik, insan hakları gibi konulara uyum bağlamında açıklamalara yer verildiği gözlemlenmiştir. Buna karşın BIST konaklama işletmelerinden sadece iki tanesinin bu konularda bilgi sunduğu tespit edilmiştir. BIST konaklama işletmelerinin yıllık faaliyet raporlarında çevre bağlamında duyulan hassasiyeti belirttiği ancak konu bağlamında gerçekleştirilen faaliyetlere çok az yer verdiği belirlenmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin ise kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında konulara olan yaklaşım ya da politikalarından çok uygulamalara ve rakamsal sonuçlara yer verdiği saptanmıştır. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin çevre bağlamında genelde enerji ve su tasarrufu, atık yönetimi, iklim değişikliği ile mücadele gibi konular hakkında faaliyetler gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin ise raporlarında enerji tasarrufu, kültürel mirası koruma ve atık yönetimi ile ilgili bilgi sunarken, iklim değişikliği ile mücadele etmek için gerçekleştirilen bir faaliyete ya da iş birliğine yer vermedikleri tespit edilmiştir.

2016 ve 2017 yılları analiz bulguları incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinden Hilton Hotels Corporation ve Marriott International Inc. ile bünyelerinde faaliyet gösteren işletmelerin 2016 yılında 33 koddan 32 tanesine katılım göstererek, en sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti raporlayan işletmeler oldukları tespit edilmiştir. Ancak 2017 yılı analiz sonuçlarında eşitliğin bozulduğu ve Hilton grubunun 33 koddan 31 ile ilgili bilgi sağladığı saptanmıştır. Marriott International Inc. grubunun 33 koddan 32 tanesi bağlamında bilgi sunarak en sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti raporlayan işletme olduğu gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yılları analiz bulguları incelendiğinde, 2016 yılında Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin 33 kod içinden 23 tanesine katılım göstererek en sık faaliyet raporlayan işletme olduğu görülmektedir. Bu durum, 2017 yılı analiz sonuçları içinde aynı olmuştur. 2016 ve 2017 yılında 33 kod içinden sadece 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az katılım gösteren işletmenin ise Petrokent Turizm A.Ş. olduğu belirlenmiştir.

Analiz neticesinde elde edilen bulgular bağlamında BIST konaklama işletmelerinin genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramına yeterli önemi göstermediği ve faaliyetlerinde yer vermediği sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen raporlarda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha çok yasal zorunluluklar çerçevesinde benimsendiği tespit edilmiştir. İşletmelerin çoğunun, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili başlıkların altında gerçekleştirdikleri faaliyetlerden dolayı bir ceza almadıklarını belirtmeleri, bu durumun bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. BIST konaklama işletmelerinin, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının yasal yükümlülüklerin dışında gönüllü gerçekleştirilen faaliyetler olduğu bilincini taşımadıkları düşünülmektedir. Söz konusu

bilincin oluşturulması için, gerekli birimler tarafından işletme paydaşlarına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili eğitimlerin verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca BIST konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlaması ile ilgili uygulamaları standartlaştırması gerekmektedir. Yine raporların uluslararası bağlamda uyum sağlamasının, işletmelere rakipleri arasında öne çıkma fırsatını da sunacağı düşünülmektedir. Bilinçli tüketiciler tarafından fark edilir olmayı sağlamak için aynı sektörde faaliyet gösteren marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin söz konusu faaliyetlerinin takibi sağlanmalı ve benzer uygulamalar BIST konaklama işletmeleri tarafından da gerçekleştirilmelidir. Sektör öncüleri tarafından turizmin sürdürülebilirliği için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmenin önemi bağlamında konferanslar düzenlenebilir, eğitimler verilebilir, sektörel iş birlikleri sağlanabilir, devlet desteği ve teşviklerinden yararlanılabilir. Ayrıca turizm sektörüne yatırım yapan birey ve işletmelerin sosyal sorumluluğu benimsemiş işletmeleri tercih etmesi, sektörde ilgili faaliyetlerin çoğalmasına imkân sağlayabilir. Yine sektörün yapısı gereği istihdam ettiği bireylerin sayısal çoğunluğunu bir avantaja dönüştürmek için işletme çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde aktif rol oynamalarını sağlamaları gerekmektedir.

Gerçekleştirilen literatür taraması neticesinde, konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin raporlanmasının belirlenmesine yönelik uluslararası karşılaştırmayı içeren bir araştırmaya tarafımızca rastlanmamıştır. Bu bağlamda araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma sonuçlarının sektör içindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili eksikliklerini görebilmeleri açısından önemli olduğu ve bu farkındalığın işletmeler tarafından değerlendirildiğinde yönetsel, finansal ve pazarlama performanslarını artıracakları düşünülmektedir. Araştırmada elde edilen sonuçlar, BIST konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yıllarına ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve raporlamalarıyla sınırlıdır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilirken analiz süresinin iki yıl ile kısıtlı olmasının göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Gelecek araştırmalarda daha fazla konaklama işletmesinin raporlarına erişilmesi durumunda daha kapsamlı bir çalışmanın gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte konaklama işletmeleri yöneticileri ile görüşülerek gerçekleştirilecek araştırmalar hakkında konuyla ilgili daha detaylı bulgular elde edilebilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda yine, uluslararası konaklama işletmeleri markalarının ülkemizde faaliyet gösteren alt markalarına ait konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri incelenebilir ve karşılaştırılabilir.

6. Kaynakça

- Akmeşe, H. ve Aras, S. (2016), "Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Farkındalıkları ve Uygulamaları", *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18 (1), ss. 917-942.
- Alpaslan, A. (2012), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı Arasındaki İlişki: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Argüden, Y. (2002), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İstanbul: Rota Yayın Yapım.
- Atay, L. ve Dilek, S. E. (2013), "Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: İbis Otel Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), ss. 203-219.
- Ateşoğlu, İ. ve Türker, A. (2010), "Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), ss. 207-226.

- Avcı, N. ve Akdemir, İ. (2014), "Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İş Doyumu Üzerine Etkisi", *Ege Akademik Bakış*, 14(1), ss. 125-135.
- Bansal, P. ve Kandola, S. (2003), "Corporate Social Responsibility: Why Good People Behave Badly in Organizations", *Ivey Business Journal*, 68 (4), ss. 1-5.
- Brand Finance (2018), "The Most Valuable Hotel Brands of 2018 List", <https://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-hotels-50-2018/> (20.03.2019).
- Bowen, H. R. (1953), *Social Responsibility of The Businessman*, New York: Harper & Row.
- Cech, P., Jindrichovska, I. ve Neubauer, J. (2018), "Corporate Social Responsibility in Hotel Industry: Empirical Analysis of Transitional Market", *International Journal of Economics and Business Administration*, 6 (1), ss. 61-89.
- Cherapanukorn, V. ve Focken, K. (2014), "Corporate Social Responsibility and Sustainability in Asian Luxury Hotels: Policies, Practices and Standards", *Asian Social Science*, 10 (8), ss. 198-209.
- Çalışkan, O. ve Ünüsan, Ç. (2011), "Otel Çalışanlarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İş Tatmini ve İşte Kalma Niyetine Etkisi", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), ss. 154-166.
- Durovic, M., Jakovic, B. ve Tubic, D. (2015), "Hotel Corporate Social Responsibility Reporting", *The Macrotheme Review*, 4(6), ss. 50-61.
- Ettinger, A., Krauter, S. ve Terlutter, R. (2018), "Online CSR Communication in the Hotel Industry: Evidence from Small Hotels", *International Journal of Hospitality Management*, 68, ss. 94-104.
- Garay, L. ve Font, X. (2012), "Doing Good to Do Well? Corporate Social Responsibility Reasons, Practices and Impacts in Small and Medium Accommodation Enterprises", *International Journal of Hospitality Management*, 31, ss. 329-337.
- Ghaderi, Z., Mirzapour, M. ve Henderson, J.C. (2019), "Corporate Social Responsibility and Hotel Performance: A View from Tehran, Iran", *Tourism Management Perspectives*, 29, ss.41-47.
- Golja, T. ve Nizic, M. K. (2009), "Corporate Social Responsibility in Tourism–The Most Popular Tourism Destinations in Croatia: Comparative Analysis", *Management: Journal Of Contemporary Management Issues*, 15(2), ss. 107-121.
- Grosbois, D. D. (2012), "Corporate Social Responsibility Reporting by The Global Hotel Industry: Commitment, Initiatives and Performance", *International Journal of Hospitality Management*, 31, ss. 896-905.
- Güzel, T. (2010), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yönelimli Otel İşletmeleri Uygulamaları", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), ss. 285-304.
- Henderson, J. C. (2007), "Corporate Social Responsibility and Tourism: Hotel Companies in Phuket, Thailand, after The Indian Ocean Tsunami", *Hospitality Management*, 26, ss. 228-239.
- Holcomb, J. L., Upchurch, R. S. ve Okumuş, F. (2007), "Corporate Social Responsibility: What Are Top Hotel Companies Reporting?", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), ss. 461-475.
- Huimin, G. ve Ryan, C. (2011), "Ethics and Corporate Social Responsibility- An Analysis of the Views of Chinese Hotel Managers", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30, ss. 875-885.
- Ionescu, G. H., Firoiu, D., Badircea, R. ve Dragan, C. (2018), "Implementation of Integrated Management Systems and Corporate Social Responsibility Initiatives - A Romanian Hospitality Industry Perspective", *Journal of Sustainability*, 10, ss. 36-84.
- Kotler, P. ve Lee, N. (2013), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İstanbul: MediaCat.

- Lee, S. ve Heo, C. Y. (2009), "Corporate Social Responsibility and Customer Satisfaction among USA Publicly Traded Hotels and Restaurants", *International Journal of Hospitality Management*, 28, ss. 655-657.
- Levy, S. E. ve Park, S. Y. (2011), "An Analysis of CSR Activities in The Lodging Industry", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18, ss. 147-154.
- Martin, J., Petty, W. ve Wallace, J. (2009), "Shareholder Value Maximization—Is There a Role for Corporate Social Responsibility?", *Journal of Applied Corporate Finance*, 21(2), ss. 110-118.
- Özgen, E. (2007), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi", *D. Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8, ss. 1-6.
- Park, S.Y. ve Levy, S. E. (2014), "Corporate Social Responsibility: Perspectives of Hotel Frontline Employees", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(3), ss. 332–348.
- Pelit, E. ve Pekmezci, (2012), *Turizm İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Alanları*, Ankara: Sözkesen Matbaacılık.
- Pelit, E., Keleş, Y. ve Çakır, M. (2009), "Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16(2), ss. 19-30.
- Shoval, N. ve Cohen-Hattab, K. (2001), "Urban Hotel Development Patterns in The Face Of Political Shifts", *Annals of Tourism Research*, 28(4), ss. 908–925.
- Su, L., Pan, Y. ve Chen, X. (2017), "Corporate Social Responsibility: Findings from the Chinese Hospitality Industry", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, ss. 240-247.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.