

**Kurumsal İletişim Açısından Sürdürülebilirlik Yönetimi
Uygulamaları: Türkiye ve Kuzey Makedonya
Karşılaştırması**

**Sustainability Management Practices in terms of Corporate Communication
Perspective: A Comparison of Türkiye and North Macedonia**

Özet

Kurumsal sürdürülebilirlik yönetimi, günümüz kurumsal yönetim anlayışı açısından önemli bir konu haline gelmiştir. Kurumlar iş ve iletişim hedeflerine ulaşabilmek ve uzun vadeli başarı sağlamak için kurumsal stratejilerine ekonomik, çevresel ve sosyal boyutları entegre etme ihtiyacının farkına varmıştır. Sürdürülebilir uygulamaların hayata geçirilmesi, kurumların operasyonel faaliyetlerinin olumsuz etkilerini en aza indirmesini, çevrenin korunmasına katkıda bulunmasını, sosyal refahı artırmasını, sorumlu ve etik bir şekilde ekonomik değer yaratmasını sağlar. Bu nedenle, sürdürülebilirliğin kurumların stratejilerine dahil edilmesi, hem kurumların varlıklarını uzun süre devam ettirmeleri hem de içinde buldukları topluma ve gelecek nesillere sorumlu bir yaklaşım belirlemesi için önem taşımaktadır. Kurumsal iletişim ise, bir yandan kurumların sürdürülebilirlik strateji ve uygulamalarını hayata geçirmesi için zemin oluşturmakta ve diğer yandan ise sürdürülebilirlik iletişiminin başarılı biçimde yönetilmesinde işlev üstlenmektedir. Kurumsal iletişim ve kurumsal sürdürülebilirlik arasındaki bağlantıyı ele alan bu çalışma kapsamında yürütülen araştırma, Türkiye ve Kuzey Makedonya'ya odaklanmış ve araştırma doğrultusunda her iki ülkeden on kurumun sürdürülebilirlik faaliyetleri analiz edilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmış ve sürdürülebilirlik faaliyetleri Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından belirlenen Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) ile uyumlarına göre değerlendirilmiştir. Türkiye ve Kuzey Makedonya'da faaliyet gösteren kurumların sürdürülebilirlik çabalarını kıyaslamayı amaçlayan araştırmada, sürdürülebilirliğin kurumsal stratejilere entegrasyonuna ilişkin bulgular sunulurken iki ülkedeki kurumların sürdürülebilirlik yönetimine yaklaşımlarını tespit etmek hedeflenmiştir.

Abstract

Sustainability has emerged as a vital consideration in the contemporary business world. Companies recognize the need to integrate economic, environmental, and social dimensions to ensure long-term success and resilience. Implementing sustainable practices enables businesses to minimize negative impacts, contribute to environmental preservation, enhance social well-being, and create economic value responsibly. Therefore, incorporating sustainability into companies' strategies is essential for long-term viability and reputation. Corporate communication serves as a fundamental link between sustainability and effective stakeholder engagement. It plays a pivotal role in conveying a company's sustainability commitments, initiatives, and achievements. This research focuses on Türkiye and North Macedonia, analyzing the sustainability reports of the top ten companies in each country. The reports are assessed based on their alignment with the Sustainable Development Goals (SDGs) established by the United Nations Development Programme (UNDP). Through this comparative analysis, the study aims to highlight the abilities and mindset of these companies in operating a sustainable trajectory for their businesses. It provides insights into the integration of sustainability into corporate strategies, shedding light on the approaches taken by companies in the two countries.

Melani Risteska

Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul
Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
İstanbul, Türkiye,
melani.risteska@hotmail.com
Orcid No: <https://orcid.org/0009-0003-8307-387X>

Hatun Boztepe Taşkıran

Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim
Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Bölümü, İstanbul, Türkiye,
hatun.boztepe@istanbul.edu.tr
Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-3447-9174>

Makale Türü / Article Type

Research Article / Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

Kurumsal iletişim, Kurumsal sürdürülebilirlik,
Kurumsal sürdürülebilirlik raporları

Keywords

Corporate communications, Corporate sustainability,
Corporate sustainability reports.

JEL Codes: Q56, M14, D83

Bilgilendirme / Information

Bu makale, Melani Risteska tarafından Prof. Dr. Hatun Boztepe Taşkıran danışmanlığında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Anabilim Dalı kapsamında 2023 yılında tamamlanan aynı isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Submitted: 03 / 08 / 2023

Accepted: 02 / 10 / 2023

Giriş

Hızlı teknolojik gelişmeler ve değişen toplumsal beklentilerle karakterize edilen günümüz dünyasında, kurumlar sürdürülebilirliğin önemini giderek daha fazla kabul etmektedir. Sürdürülebilirlik faaliyetleri, kurumsal iletişim de dahil olmak üzere kurumsal faaliyetlerin çeşitli yönlerini etkileyen, kuruluşlar için önem taşıyan uygulamalar olarak ortaya çıkmıştır.

Günümüz kurumsal yönetim anlayışında, kurumsal faaliyetlerin sosyal, ekonomik ve ekolojik kaygılara yol açabileceğine yönelik vurgunun artmasıyla kurumsal sürdürülebilirlik uygulamaları hiç olmadığı kadar tartışılan bir konu haline getirmiştir. Bu nedenden ötürü kurumların vizyon, misyon ve genel stratejik yöneliminde sürdürülebilirliğe öncelik vermeye başladıkları dikkat çekmektedir. Kurumlar sadece kurumsal kazanımlarına odaklanan yapıdan uzaklaşarak kurumsal faaliyetlerinin içinde buldukları dünyaya, topluma ve gelecek nesillere karşı etkileriyle daha fazla meşgul olmaya başlamış ve kurumsal sürdürülebilirlik çabalarını iş ve iletişim hedeflerine dahil ederek, performanslarını çevresel ve sosyal hedeflerle uyumlu hale getirmiştir. Böylelikle kurumlar içinde faaliyet gösterdikleri toplum ile gelecek nesillere yönelik sorumlulukları doğrultusunda topluma katkıda bulunmaya yönelik girişimlere hayat vermiştir.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), kurumlar için sürdürülebilirlik kavramının şekillendirilmesinde önemli bir rol oynamıştır. UNDP, kurumların sürdürülebilirlik stratejilerini geliştirmelerine ve sürdürülebilirlik uygulamalarını paydaşlarına etkili bir şekilde iletmelerine yardımcı olan rehberlik ve çerçeveler sağlamaktadır. UNDP'nin Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) günümüzde pek çok kurumun sürdürülebilirlik faaliyetlerini şekillendirirken rehber olarak kabul ettiği bir yol haritası sunmaktadır.

Kurumsal iletişim ise stratejik bir yönetim fonksiyonu olarak kurumların strateji ve uygulamalarının hedef kitle beklentileri ile uyumlu hale getirilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Kurumların sürdürülebilirlik yönetimi faaliyetleri kurumsal iletişim kapsamında değerlendirilmekte; kurumsal iletişim bir yandan kurumların sürdürülebilirlik strateji ve çabalarını hayata geçirmesi için zemin oluşturmakta ve diğer yandan ise sürdürülebilirlik iletişiminin başarılı biçimde yönetilmesini sağlamaktadır.

Kurumsal iletişim ve kurumsal sürdürülebilirlik arasındaki bağlantıyı ele alan bu çalışmada, Türkiye ve Kuzey Makedonya'daki kurumların sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik yaklaşımlarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmanın araştırma kısmı ise araştırmacının bizzat kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerini takip ettiği Türkiye ve Kuzey Makedonya arasında karşılaştırmalı bir analize odaklanmakta ve her iki ülkedeki on kurumun sürdürülebilirlik çabalarını incelemektedir. Bu kurumların seçimi, Türkiye için Fortune 500 listesi ve Kuzey Makedonya için Club 200 listesi şeklindeki her iki ülkenin en büyük kurumlarını kapsayan 2021 listelerine dayanmaktadır. Her ülkeden 10 kurumun örnekleme dahil edildiği çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Kurumların sürdürülebilirlik faaliyetlerine yer verdikleri raporlar Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından belirlenen sürdürülebilir kalkınma amaçları ile uyumlarına göre değerlendirilmiştir. Türkiye ve Kuzey Makedonya'da faaliyet gösteren kurumların sürdürülebilirlik uygulamalarını kıyaslamayı amaçlayan çalışmada, sürdürülebilirliğin kurumsal stratejilere entegrasyonuna ilişkin bulgular sunulurken iki ülkedeki kurumların sürdürülebilirlik yönetimine yaklaşımlarını tespit etmek hedeflenmiştir.

1. Kurumsal İletişim ve Unsurları

Kurumların varlıklarını başarılı biçimde sürdürmeleri için hedef kitleleriyle olan iletişim süreçlerini stratejik biçimde yönetmeleri önem taşımaktadır. Bir yönetim fonksiyonu olarak kurumsal iletişim, kurumların iç ve dış hedef kitleleriyle olan tüm iletişim süreçlerinin yönetimi görevini üstlenmektedir. Günümüz yönetim anlayışı açısından kurumsal iletişim gereklilik taşımaktadır.

Günümüzde hiçbir kurum güvenilir bir iç ve dış iletişim süreci olmadan faaliyetlerini sürdürememektedir. Yeni teknolojinin gelişimi ve dijital platformların gücü, kurumların paydaşları nezdinde olumlu algılara sahip olması için kurumsal iletişimlerini gerçekleştirmelerine ve sürdürmelerine yardımcı olmaktadır. Kurumsal iletişim, günümüz kurumsal yönetim anlayışında

önemli işlevler üstlenmektedir. Kurumların başarısı için iletişimin artan öneminin farkına varılması, bu yönetim fonksiyonunun organizasyon yapısında en üst sıralara yerleştirilmesine katkıda bulunmuş ve böylece kurumun stratejik kararlarını etkilemiştir. Buna paralel olarak, sosyal bilimler alanından teorisyenler ve özellikle halkla ilişkiler araştırmacıları, kurumsal iletişimin stratejik önemini ve rekabet avantajı oluşturmadaki rolünü incelemeye başlamıştır (Forman ve Argenti, 2005: 246). Kurumların organizasyonel yapısı ve yönetim anlayışında oldukça önemli bir yer edinen kurumsal iletişim, kurumların hedef kitlelere sunacağı mesajların ve hedef kitlelerine yönelik gerçekleştireceği tüm iletişim faaliyetlerinin birlikte ve tutarlı bir şekilde yönetilmesine dayanan şemsiye bir kavram olarak ön plana çıkmaktadır. Van Riel'e (2003: 53) göre kurumsal iletişim, kurumsal kimlik alanındaki tüm araçların (iletişimler, semboller ve kurum üyelerinin davranışları), kurumun karşılıklı bağımlılık ilişkisi içinde olduğu gruplar için itibar yaratacak veya bu itibarı koruyacak şekilde çekici ve gerçekçi bir biçimde düzenlenmesidir. Goodman (2006: 197) ise kurumsal iletişimi, kurumun ihtiyaçlarına bağlı olarak halkla ilişkiler, kamu işleri, kurumsal markalama, hükümet ilişkileri, reklamcılık, kurumsal vatandaşlık ve çalışan, müşteri ve hissedar iletişimini içeren "stratejik yönetim işlevleri" olarak tanımlamıştır. Daha yeni tanımlar da kurumsal iletişimi iç ve dış paydaşlarla iletişimi bütünleştiren stratejik bir yönetim işlevi olarak vurgulamıştır. Kurumsal iletişimin yaygın tanımlarından ortak özelliklerinin ise üç noktada sentezlendiği dikkat çekmektedir (Frandsen ve Johansen, 2014: 222-223): Bunlardan birincisi, kurumsal iletişim, iletişim faaliyetlerine stratejik bir yaklaşım getiren ve kurumun genel stratejisine bağlı olan stratejik bir yönetim işlevidir. İkincisi, olumlu imaj ve/veya itibar oluşturmak, sürdürmek, değiştirmek ve/veya onarmak için bir dizi kurumsal uygulamaya yayılan dış ve iç iletişim faaliyetlerini bütünleştirir. Üçüncü olarak, tüm bu faaliyetler kurumun dış ve iç paydaşlarıyla ilişkiler içinde gerçekleşir. Kurumsal iletişim, farklı paydaş grupları, pazarlar ve izleyiciler arasında değerli bir kurumsal itibar oluşturmak ve sürdürmek amacıyla kurumun tüm iletişim faaliyetlerini entegre bir bütün olarak kapsar ve yönetir (Christensen ve Cornelissen, 2011: 45; Cornelissen, 2008: 23). Bu doğrultuda kurumsal iletişim stratejik bir yönetim işlevi olarak kabul edilmekte; kurumun imaj ve itibar oluşturmak için iç ve dış iletişim faaliyetlerinin bütünleştirilmesi esasına dayanmakta, kurumun tüm iletişim faaliyetlerini birbirine entegre bir bütün olarak ele almaktadır.

Kurumsal iletişim, kurumun tüm iletişim faaliyetlerini bütünleştirirken temelde üç iletişim unsurundan destek almaktadır. Kurumsal iletişim unsurları, kurumsal iletişimde genel olarak gözlemlenebilen göreve dayalı üç tür iletişim faaliyeti doğrultusunda açıklanmaktadır. Bu yönden kurumsal iletişimin unsurları örgütsel iletişim, pazarlama iletişimi ve yönetim iletişimi olarak sınıflandırılmaktadır (Argenti, 2007; van Riel, 1995).

Kurumsal iletişimin en büyük stratejik etkiye sahip olduğu düşünülen unsuru olarak değerlendirilen yönetim iletişimi, bir kurumun kendi yönetim kadrosu ile iç ve dış paydaşlar arasında nasıl iletişim kurulduğu ile ilgilenmektedir. Yönetim iletişiminin yönetimle bağlantılı her seviyedeki iletişim faaliyetlerini etkilediğini ve gerektirdiğini gösteren hedefler ise şu şekildedir (Mengü ve Güçdemir, 2013: 104):

- Kurum içinde ortak bir vizyon oluşturulması
- Kurumun liderliğine olan güvenin geliştirilmesi ve sürdürülmesi
- Değişim sürecinin koordine ve kontrol edilmesi
- Çalışanlar arasında daha güçlü bir kurumsal aidiyet duygusu geliştirilmesi

Yönetim iletişimi kurum içinde tüm yönetici kadrosunun ortak bir payda etrafında buluşturulmasını sağlarken, diğer taraftan da kurumsal yönetime olan güveni desteklemekte, kurumsal değişim süreçlerinin etkin bir şekilde yönetilmesini sağlamakta ve ayrıca çalışanların kuruma yönelik bağlılıklarını da güçlendirmektedir. Kurumsal iletişimin yönetim iletişimi kapsamında bu amaçlara ulaşabilmesi için ise yönetimde katılımcı anlayışın benimsenmesi önem taşımaktadır.

Nakra (2000: 36) yöneticilerin "yapılması gerekeni yap" şeklinde bir yaklaşım tarzına sahip olmasının uzun vadede etkin olmayan durumlara yol açtığını belirtmektedir. Nakra'nın bu bakış açısının yönetim iletişiminin yönetim sürecine ilişkili hedef kitlelerin katılması gerekliliğine işaret etmesi nedeniyle önem taşıdığı düşünülmektedir. Çalışanların yönetime katılması ve kurumsal

amaçlara ulaşma noktasında motivasyonunun sağlanması ve ikna edilmesi de yönetim iletişimi açısından ön plana çıkmaktadır. Yönetim iletişiminin etkililiğinin artırılması için yöneticilerin benimsemesi gereken yaklaşımlara ek olarak yönetim iletişiminin, kurumsal iletişimin diğer unsurları olan örgüt ve pazarlama iletişimi ile arasındaki bağlantı ve tutarlılıkların net olarak sağlanmış olması da gereklilik taşımaktadır.

Yönetim iletişimi, pazarlama iletişimi ve örgüt iletişim ile desteklendiğinde daha etkin hale gelir. Bunun iki sonucu vardır: Birincisi, yöneticiler iletişim sürecinde kendi rollerinin, güçlü yönlerinin ve sınırlılıklarının farkına varırlar. İkincisi, iletişim alanındaki tüm uzmanlar yönetime iletişim konusunda nasıl destek olmaları gerektiğini anlayabilir ve iletişim danışmanlığı ile ilgili roller üstlenebilirler (Van Riel & Fombrun, 2007: 14). Kurumsal iletişiminin tüm unsurlarının birlikte hareket etmesiyle oluşturulacak bir kurumsal iletişim stratejisi kurumların hedeflerine başarılı biçimde ulaşmasına zemin oluşturacaktır.

Kurumsal iletişimin bir diğer unsuru olan örgüt iletişimi de yönetim iletişimi gibi kurumsal iletişimin temel unsurlarından birini oluşturmaktadır. Örgütün tanımlanması, örgüt için geçerli olan davranışların belirlenmesi, örgütün tüm paydaşlarıyla olan iletişim süreçlerinin yönetilmesi örgüt iletişiminin kapsamında yer almaktadır. Wrench ve Punyanunt-Carter (2012: 38) "örgütsel iletişimi" bir örgütsel paydaşın (veya paydaşlar grubunun) sözlü, sözsüz ve/veya aracılı mesajların amaçlı kullanımı yoluyla başka bir örgütsel paydaşın (veya paydaşlar grubunun) zihninde anlam uyandırmaya çalıştığı süreç olarak tanımlamaktadır. Bu doğrultuda örgütsel iletişimin, örgütsel paydaşlar arasında gerçekleşen iletişim süreçlerine işaret ettiği görülmektedir.

Kurumsal iletişimin üç unsurundan ilk ikisi yönetim iletişimi ve örgüt iletişimi iken, üçüncü unsur ise pazarlama iletişimidir. Pazarlama iletişimi şirket ile müşterileri arasında etkileşim sağlayan bir diyalog olarak ele alınabilmektedir. Bu diyalog ise dört aşamalı bir süreç olarak gelişmektedir: satış öncesi, satış, tüketim ve tüketim sonrası. Başarılı bir pazarlama iletişimi için tüketicilerle yürütülecek diyalog ve iletişimin satış öncesinden başlaması, satış aşamasında devam etmesi ve tüketim ile tüketim sonrası aşamalarda da devam etmesi gerekmektedir. Pazarlama iletişiminin temel görevleri arasında marka hakkında tüketici bilincinin oluşturulması, ürünle ilgili bilgilerin yayılması, piyasa kültürünün geliştirilmesi ve kurumun olumlu bir imajının oluşturulması yer almaktadır. Buna bağlı olarak, her tür ve büyüklükteki kuruluş, marka imajı ve konumlandırması oluşturma, ürün lansmanı, satışları artırma, müşteriyi elde tutma vb. ile ilgili iş hedefleri için pazarlama iletişimi tekniklerini etkili bir şekilde kullanmaya çaba sarf etmektedir. Başarılı bir pazarlama iletişimi stratejisi ve bunun etkili bir şekilde uygulamaya aktarılması yoluyla kurumların pazarda güçlü bir marka ve ürün baskınlığı elde edebileceği, hedef pazarlarıyla olumlu ilişkiler tesis edebileceği öngörülebilmektedir.

2. Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlaması

Günümüzde kıt kaynakların verimli kullanılması ve gelecek nesillere ulaştırılması, daha yaşanılabilir bir dünyanın inşası, toplumsal yapıdaki eşitsizliklerin ortadan kaldırılması, daha kaliteli ve refah için bir yaşamın ortaya çıkması gibi sürdürülebilirlik yönetimi ile bağlantılı konulara yönelik farkındalık artmıştır ve sürdürülebilirlik yönetimi uluslararası kuruluşların, devletlerin, özel sektör işletmelerinin ve sivil toplum kuruluşlarının gündemine yerleşmiştir (Boztepe Taşkıran, 2022: 33). Sürdürülebilirlik, dünya gündeminde önemli yer edinen bir konu olarak içinde bulunulan dünyaya ve gelecek nesillere fayda sağlayacak faaliyetlerle meşgul olunması esasına dayanmaktadır. Kalkınma tartışmalarını küresel bir perspektife dayandıran sürdürülebilirliğin nihai amacı, insanların ihtiyaçlarının sürekli olarak karşılanmasıdır. Bu düşüncüyü işletme düzeyine aktarırken kurumsal sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıkmaktadır. Kurumsal sürdürülebilirlik, sürdürülebilirlik faaliyetlerinin kurum kapsamında incelenmesi ve uygulamaya aktarılmasıdır. Sürdürülebilirlik kavramı, Brundtland Komisyonu olarak da bilinen Birleşmiş Milletler'e bağlı Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun (World Commission on Environment and Development - WCED, 1987) Ortak Geleceğimiz adlı raporuyla küresel düzeyde tanınmaya başlamıştır. WCED, sürdürülebilirliği çevresel bütünlük ve sosyal eşitliğin yanı sıra kurumsal ve ekonomik refahla da ilişkilendirmiş ve sürdürülebilir kalkınma terimini "gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama

kabiliyetinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan kalkınma” olarak tanımlamıştır (WCED, 1987: 43). WCED tanımının yanı sıra strateji ve yönetim literatüründen gelen etkilere dayanarak kurumsal sürdürülebilirliğin çeşitli tanımları ortaya çıkmıştır. Bu tanımlar, kurumsal sürdürülebilirliği esas olarak ekolojik kaygı (Shrivastava, 1995: 936) ya da bir kurumun sosyal sorumluluğu (Carroll, 1999: 268) olarak tanımlamakta ya da kurumsal sürdürülebilirlik kavramını kurumsal ekonomik faaliyetlerin doğal ve sosyal çevreye ilişkin kurumsal kaygılarla bütünleştirecek şekilde genişletilmesi olarak ifade etmektedir (Dyllick ve Hockerts, 2002: 131; van Marrewijk, 2003: 97).

Dyllick ve Hockerts’e (2002: 131) göre kurumsal sürdürülebilirlik “bir kurumun doğrudan ve dolaylı paydaşlarının ihtiyaçlarını, gelecekteki paydaşlarının ihtiyaçlarını da karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılması” olarak tanımlanabilir. Buna ek olarak, kurumsal sürdürülebilirlik, mevcut ve gelecekteki paydaşların ihtiyaçlarını karşılamak ve dengelemek için en iyi iş uygulamalarını kullanmayı amaçlayan bir iş ve yatırım stratejisi olarak kabul edilmektedir (WCED, 1987). Hur ve diğerleri (2018: 1258), kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerini benimsemenin etik iş davranışlarını açıkladığını, bir kuruluşun değerini yükseltmeye katkı sunduğunu ve toplumsal kalkınmayı güçlendirdiğini belirtmektedir.

Son yıllarda paydaşların kurumlardan beklentileri büyük ölçüde farklılaşmıştır. Kurumsal faaliyetlerin sosyal ve ekolojik çevre içinde gerçekleşmesi nedeniyle, kurumsal strateji ve uygulamalarda sosyal ve çevresel yönlerin dikkate alınması gerekliliği gündeme gelmiştir (Anbarasan, 2018; Johnson vd., 2018). Başka bir deyişle kurumsal sürdürülebilirlik, tüketici beklentilerini ve diğer pazar dinamiklerini şekillendirerek kurumların bu alana yatırım yapmasını gerektirmiştir. Dolayısıyla sürdürülebilirlik, tüm bu gelişmelerin de yardımıyla kurum stratejilerinin ve faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Tuna ve Besler, 2015: 175).

Günümüzde, kurumları yönlendiren ve kurumsal yaşamın önemli bir unsuru haline gelen sürdürülebilirliğe büyük bir vurgu yapılmaktadır. Kurumsal sürdürülebilirlik konusu kurumlar açısından büyük önem taşımaktadır (Boros ve Fogarassy, 2019: 2). Kurumsal sürdürülebilirlik günümüz kurumlarının başarısı için kilit bir rol oynamaktadır (Cho vd., 2021: 1). Kurumsal sürdürülebilirlik ilgili paydaşların ekonomik, sosyal ve çevresel kaygılarını ele almayı amaçlayan girişimleri kapsamakta (Kantabutra ve Ketprapakorn, 2020: 8) ve kurumsal sürdürülebilirlik çabalarının ekonomik, çevresel ve sosyal gelişmelere uyum sağlaması (Carroll ve Buchholtz, 2017; Henry vd., 2019: 173), bir kurumun faaliyetlerinin topluma veya çevreye zarar vermemesini sağlaması beklenmektedir (Atkinson, 2000). Bu gereklilikleri yerine getiren kurumların hedef kitle tarafından diğer kurumlardan ayrıcalıklı bir konumda algılanacağı söylenebilir. Bu nedenle de kurumlar sürdürülebilirlik faaliyetlerini belgelemek için kurumsal sürdürülebilirlik raporlamasına başvurulmaktadır. Kurumsal sürdürülebilirlik çabalarını belgelemenin temel metodlarından birisi sürdürülebilirlik raporlarıdır. Küresel Raporlama Girişimi (GRI) tarafından oluşturulan ve uluslararası alanda en çok kullanılan ve kabul gören yönergeler kurumsal sürdürülebilirlik raporlamasında ön plana çıkmaktadır (Garcia vd. 2016: 181; Thijssens vd., 2016: 87). Kurumsal sürdürülebilirliğin raporlanması, kurumların ortaya koydukları sürdürülebilirlik amaçlarına başarılı biçimde ulaşıp ulaşamadıklarının bir göstergesi olarak önem taşımakta; kurumsal sürdürülebilirliğe dair ölçülebilir çıktılar sunmaktadır.

Geçtiğimiz birkaç yıl içinde kurumlar, sürdürülebilirliğin çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlar olmak üzere üç boyutunu kapsayan ve dünya çapında en çok kullanılan ve tanınan GRI kılavuzlarını takip ederek raporlarını yayınlama konusundaki katılımlarını artırmışlardır (Toppinen ve Korhonen-Kurki, 2013: 203). Bu raporların hazırlanması ve yayınlanması, Avrupa Birliği’nde raporların yayınlanmasını zorunlu kılan özel mevzuata sahip birkaç ülke dışında gönüllülük esasına dayanmaktadır (Ceulemans vd., 2015: 8882; Lozano vd., 2016). Günümüzde pek çok kurumun sürdürülebilirliğe verdiği önemi ve sürdürülebilirliğe yaptığı yatırımı hedef kitlelerine sunmak üzere kurumsal sürdürülebilirlik raporlamasına bir zorunluluk dahilinde olmasa da başvurdukları bilinmektedir.

Dünyanın en yaygın kullanılan kurumsal sürdürülebilirlik raporlama kılavuzu olan Küresel Raporlama Girişimi’nde açıklandığı üzere, “Sürdürülebilirlik raporlaması, kurumların faaliyetlerini

daha sürdürülebilir hale getirmek için hedefler belirlemelerine, performanslarını ölçmelerine ve değişimi yönetmelerine yardımcı olur. Bir sürdürülebilirlik raporu, bir kurumun çevre, toplum ve ekonomi üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerine ilişkin açıklamaları aktarır” (GRI, 2013: 3). Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi ise, sürdürülebilirlik raporlarını “kurumların iç ve dış paydaşlarına ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarda kurumsal konum ve faaliyetlerinin bir resmini sunmak için hazırladıkları kamuya açık raporlar” olarak tanımlamaktadır (WBCSD, 2002). Bir kurumun kurumsal sürdürülebilirlik düzeyinin belirlenmesi büyük ölçüde sürdürülebilirlik raporlamasına dayanır. Sürdürülebilirlik raporları kurumlara şeffaflıklarını, piyasa değerlerini, itibarlarını ve mesruiyetlerini geliştirme fırsatı sunmaktadır. Rakipleriyle kıyaslama yapmalarını ve iş birliği halinde olduğu paydaşlarını motive etmelerini sağlar (Hahn ve Kühnen, 2013: 6). Raporlama faaliyetleri rekabet avantajı elde etmek ve sürdürülebilirlik konularında kurum içi farkındalığı artırmaya da katkı sunmaktadır. Sürdürülebilirlik raporları, sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlar arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkilerini göstererek sürdürülebilirlik anlayışının gelişimine ve evrimine katkıda bulunan önemli bir araç olarak görülmektedir. Ayrıca kurumun, kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri odağında paydaşlarıyla bağlantı kurması için en iyi yol olarak kabul edilmektedir.

Clikeman (2004: 24) sürdürülebilirlik raporlamasının avantajlarını sıralamak için beş kategori kullanmıştır:

- Paydaşlarla yapılacak tartışmalar için güçlü ve güvenilir bir temel oluşturma.
- Yerel toplum, yatırımcılar ve hükümet gibi hedef paydaşlar için kesin ve güvenilir veriler sağlayarak, kurumun şeffaflığını artırma.
- Kurumun itibarına katkıda bulunmak için zaman içinde pazar payını, müşteriye elde tutmayı ve marka değerini artırma.
- Çevresel ve sosyal riskleri daha iyi takip etmek için yönetim sistemlerinin uygulanmasını teşvik etme ve kolaylaştırma.
- Sosyal ve çevresel konulara ilişkin iş değerlerinin ve ilkelerinin varlığını göstermeye yardımcı olma.

Sayılan bu faydalar gittikçe daha fazla sayıda kurumun sürdürülebilir faaliyetlerini (gerçekleştirdiği ekonomik amaçlarını, çevreyi temiz tutma faaliyetlerini ve insana değer veren davranışlarını) raporlamasını teşvik etmektedir. Sürdürülebilirlik raporlaması, kurumsal web siteleri, yıllık finansal raporlama ile bütünleşik raporlama veya bağımsız sürdürülebilirlik raporları gibi çeşitli mekanizmalar aracılığıyla gerçekleştirilebilir.

3. Kurumsal İletişim ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Bağlantısı

Günümüzde kurumlar, sadece finansal performans için hissedarlara hesap vermek yerine, daha geniş ekonomik, çevresel ve sosyal etkiler nedeniyle ilgili tüm paydaşlara hesap vermelerinin beklendiği küresel bir paydaş toplumunda faaliyet göstermektedir. Hızlı ve eşi benzeri görülmemiş bir rekabet ortamında kurumların sürdürülebilirliği, tüm paydaşların beklentilerinin karşılanması ile doğrudan ilişkilidir. Paydaşları için katma değer yaratmayan bir kurumun varlığını sürdürmesi ve geleceğe taşınması çok zordur. Bu nedenlerden ötürü kurumsal sürdürülebilirlik kurumsal iletişimin temel bir uygulama alanı haline gelmiş; kurumların iş ve iletişim hedeflerine ulaşabilmesi için kurumsal sürdürülebilirlik girişimleri kritik bir öneme sahip olmuştur.

Kurumlar, kurumsal iletişimin temel amaçlarından olan hedef kitlelerin beklentilerini karşılamak, hedef kitleler nezdinde olumlu algılar geliştirebilmek, varlıklarını başarılı biçimde sürdürülebilirlik, hedef kitleleriyle uzun vadeli olumlu ilişkilere sahip olabilmek amaçlarına ulaşabilmek için sürdürülebilirlik çabalarını faaliyetlerine ve iş süreçlerine dahil etmektedirler.

Sürdürülebilirlik girişimleri kurumlar arasında yaygınlaştıkça paydaş ilişkileri ve karşılıklı etkileşimin artacağı da söylenebilmektedir. Ayrıca, kurumların daha yüksek düzeyde kurumsal sürdürülebilirlik faaliyeti gerçekleştirmesinin finansal performanslarını da artırdığı da bilinmektedir (Margolis vd., 2007: 3; Wang vd., 2016: 1088). Kurumsal sürdürülebilirlik çabalarının iletişim stratejilerine entegre edilmesi, kurumların paydaşlarıyla güven tesis etmesine, itibar oluşturmaya ve nihayetinde uzun vadeli iş başarısı elde etmesine yardımcı olabilir. Kurumlar

sürdürülebilirlik uygulamalarını müşterilerine, çalışanlarına ve yatırımcılarına ileterek sosyal, çevresel ve ekonomik sorumluluğa olan bağlılıklarını gösterebilir. Bu sorumluluk, sürdürülebilir kurumları desteklemeye giderek daha fazla ilgi duyan paydaş gruplarında güven ve sadakat duygusu oluşturmaya yardımcı olabilir. Ayrıca, sürdürülebilirlik konusu aynı değerleri paylaşan yeni yatırımcıları ve çalışanları da kuruma çekme yoluyla kurumsal iletişim amaçlarına katkıda bulunabilir. Antolín-López vd.'nin (2016: 7) belirttiği gibi günümüzde kurumlara yapılacak yatırımlarda kurumsal sürdürülebilirlik noktasında ne kadar ilerleme kaydettikleri de dikkatle değerlendirilmekte; kurumlara yapılacak yatırım kararlarında kurumsal sürdürülebilirliğe verilen önem de belirleyici olmaktadır. Çevresel ve sosyal konular, ekonomik performansın yanı sıra paydaş analizlerinde de (araştırmacılar, yatırımcılar, müşteriler, hükümetler ve sivil toplum) dikkate alınmaktadır. Bu durum da kurumların paydaş gruplarıyla iyi ilişkiler geliştirmesi ve bu doğrultusunda finansal faaliyetlerini başarılı biçimde sürdürmesinde kurumsal sürdürülebilirliğin önemine işaret etmektedir.

Zaman geçtikçe kurumsal sürdürülebilirlik çabalarının kurumsal yönetim açısından önemi de artmaktadır. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi Accenture 2013 Araştırması'na göre, CEO'ların %93'ü kurumsal sürdürülebilirlik çabalarını kurumların gelecekteki başarısı için finansal performanstan daha önemli bir ölçüt olarak gördüklerini bildirmiştir. Kurumlar, sürdürülebilirliği işlerine entegre ederek, gelişmiş risk yönetimi, daha fazla yenilikçilik, daha büyük bir yeni müşteri havuzu, güvenli faaliyet lisansı, sermayeye daha fazla erişim, gelişmiş verimlilik, maliyet optimizasyonu, gelişmiş marka değeri ve itibar gibi önemli faydalar elde etmektedir. Kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri aynı zamanda kurumsal krizlerin azaltılmasında da etkin bir role sahiptir (Margolis ve Walsh, 2003). Kurumsal sürdürülebilirliğin kurumlara yapabileceği bu katkılar da kurumsal iletişim ile olan bağlantısını somutlaştırmaktadır.

Kurumsal sürdürülebilirliğin sahip olduğu önem mikro ölçekte kurumlar makro ölçekte ise içinde bulunulan toplum ve dünya için ele alınabilmektedir. Kurumsal sürdürülebilirlik bir yandan kurumların hedef kitle beklentilerini karşılama yönüne bakış açısıyla kurumlar ile hedef kitleleri arasında güçlü ilişkilerin oluşmasına katkı bulunurken, diğer taraftan da içinde bulunulan toplumun ve dünyanın ve gelecekte ortaya çıkması muhtemel sorunların çözümüne yönelik fayda sağlamaya yönelmektedir. Mikro ölçekte kurumlar açısından kurumsal iletişimin yönetim, örgüt ve pazarlama iletişimi amaçlarına ulaşılması için önem taşıyan kurumsal sürdürülebilirlik; makro boyutta kaynakların sürdürülebilirliğine ve daha yaşanabilir bir dünyanın ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Bu açıları ele alındığında sürdürülebilirlik yönetimi konusunun ve kurumların bu konularda üstlenebileceği rol ve sorumluluklara işaret eden kurumsal sürdürülebilirliğin, kurumsal yönetim ve kurumsal iletişim fonksiyonları açısından sahip olduğu önemi arttırarak devam ettireceği söylenebilir.

4. Kurumsal Sürdürülebilirlik Uygulamaları Açısından Türkiye ve Kuzey Makedonya Karşılaştırması Üzerine Bir Araştırma

4.1. Araştırmanın Amacı

Sürdürülebilirlik yönetimi son yıllarda uluslararası kuruluşların, devletlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektör kuruluşlarının gündeminde önemli ölçüde yer edinmiştir. Kurumlar da sürdürülebilirlik amaçlarına ulaşabilmek için temel bir aktör olarak görülmüş ve bu çerçevede sürdürülebilirlik yönetimine ilişkin strateji ve uygulamaları kurumsal iletişim amaçlarına dahil etmiştir. Günümüz dünyasında sürdürülebilirliğin kurumlar için kritik bir konu haline gelmesi, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada etkili iletişimin hayati bir rol oynamasıyla da bağlantılıdır. Bu araştırmanın amacı, sürdürülebilirlik yönetimi çabalarını kurumsal iletişim perspektifinden incelemek ve aynı zamanda ülke bazlı bir kıyaslama yapmaktır. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırma doğrultusunda, araştırmacının bizzat kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarını takip ettiği Türkiye ile Kuzey Makedonya ülkelerinde gerçekleştirilen sürdürülebilirlik yönetimi faaliyetlerini, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (UNDP) ortaya koyduğu sürdürülebilirlik amaçları ile bağlantıları doğrultusunda karşılaştırmak amaçlanmıştır. UNDP'nin kurumların sadece ekonomik hedeflerini değil aynı zamanda sosyal ve

çevresel sorumluluklarını da göz önünde bulundurmaları gerektiğini vurgulaması ve sürdürülebilir kalkınma amaçlarına ulaşılabilmesinde kurumların da temel bir aktör olarak konumlanması gerekliliğine dikkat çekmesi, iki ülke arasındaki karşılaştırmanın UNDP'nin sürdürülebilirlik amaçları doğrultusunda gerçekleştirilmesine dayanak oluşturmaktadır.

Bu araştırma, Türkiye ve Kuzey Makedonya'daki kuruluşların sürdürülebilirlik uygulamalarını analiz ederek sürdürülebilirlik faaliyetlerindeki ve sürdürülebilirlik iletişimine ilişkin mevcut durumu ortaya koymayı amaçlamakta; sürdürülebilirlik çabalarının UNDP'nin sürdürülebilirlik amaçlarından hangisine/hangilerine odaklandıklarını tespit etmek de araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda araştırmanın aşağıdaki sorulara yanıt vermesi beklenmektedir:

1. Türkiye'deki kurumlar UNDP'nin ortaya koyduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarından hangisine/hangilerine odaklanmaktadır?
2. Kuzey Makedonya'daki kurumlar UNDP'nin ortaya koyduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarından hangisine/hangilerine odaklanmaktadır?
3. Türkiye'de UNDP'nin ortaya koyduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarına yönelik yoğunlaşma durumu yıllara göre farklılaşmakta mıdır?
4. Kuzey Makedonya'da UNDP'nin ortaya koyduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarına yönelik yoğunlaşma durumu yıllara göre farklılaşmakta mıdır?
5. Türkiye ve Kuzey Makedonya'da gerçekleştirilen sürdürülebilirlik faaliyetleri odaklandıkları sürdürülebilirlik amaçları bağlamında hangi yönlerden benzeşmekte hangi yönlerden farklılaşmaktadır?
6. Türkiye ve Kuzey Makedonya'da sürdürülebilirlik raporlarının yayınlanma durumu farklılaşmakta mıdır?

4.2. Araştırmanın Önemi

Çalışmanın birinci ve ikinci bölümlerinde detaylı biçimde aktarıldığı üzere kurumsal iletişim ve kurumsal sürdürülebilirlik arasında oldukça önemli bağlantılar bulunmaktadır. Kurumsal sürdürülebilirlik, kurumsal iletişimin en temel uygulama alanları arasında yer almakta ve kurumsal sürdürülebilirlik ise kurumların iletişim amaçlarına ulaşmada kritik bir işlev üstlenebilmektedir. Ayrıca hedef kitlelerin kurumlardan artan bir şekilde sürdürülebilirlik çabaları gibi toplumsal fayda odaklı çalışmalarla meşgul olunması talebi kurumsal sürdürülebilirliğin ön plana çıkmasına yol açmaktadır. Kurumlar da artan hedef kitle taleplerine cevap vermek ve toplumsal faydaya yönelik çalışmak için sürdürülebilirlik faaliyetlerini hayata geçirmekte ve sürdürülebilirlik iletişimi ile bu faaliyetlerini hedef kitlelerine anlatmaktadırlar. Bu bilgiler üzerine inşa edilen söz konusu çalışmanın, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal iletişim arasındaki bağlantıyı ortaya koyması ve konuyu UNDP'nin sürdürülebilir kalkınma amaçları (SKA) bağlamında ele alması bakımından önem taşıdığı düşünülmektedir.

Ayrıca çalışma kapsamında gerçekleştirilecek araştırma ile sürdürülebilirlik yönetimi uygulamaları açısından iki ülke arasında karşılaştırma yapılması ve sürdürülebilirlik çabaları açısından mevcut durumun ortaya konması da önem taşımaktadır. Literatürde Türkiye ve Kuzey Makedonya'yı bu açılardan karşılaştıran çalışmaların bulunmaması, çalışmanın özgün yanını oluşturmaktadır; gerçekleştirilecek araştırma ise her iki ülke için güncel veri sağlaması ve uygulamaya yönelik bulgular sunması açısından önem arz etmektedir.

Türkiye ve Kuzey Makedonya'nın tarihi bağlantıları ve günümüzde iki ülke arasında devam eden siyasi ve ekonomik ilişkiler, karşılaştırmalı analizde bu iki ülkeye odaklanma kararına dayanak oluşturmaktadır. T.C. Dışişleri Bakanlığı'na göre (2023) Türkiye ile Kuzey Makedonya arasında gücünü ortak tarih ve kültürden alan yakın ilişkiler ve iş birliği bulunmaktadır. Türkiye-Kuzey Makedonya arasındaki ilişkilere paralel olarak iki ülke arasında ziyaret trafiğinde artış bulunmakta; iki ülke arasındaki ekonomik ilişkiler ve toplam ticaret hacmi ile Türk yatırımcıların Kuzey Makedonya'ya yaptıkları yatırımlar da dikkat çekmektedir.

4.3. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlıkları

Kurumların sürdürülebilirlik uygulamalarını kurumsal iletişim perspektifinden ele almayı amaçlayan söz konusu çalışma ülke kıyaslaması üzerine inşa edilmiştir. Günümüzde pek çok

ülkenin özel sektör kuruluşlarının kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerini gerçekleştirdikleri bilinmekte ve bu ülkelerin tamamının araştırmanın kapsamını oluşturduğu söylenebilmektedir. Ancak araştırmada tüm ülkeler açısından kıyaslamaların mümkün olmaması nedeniyle sınırlandırmaya gidilmiş ve araştırmacının bizzat kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarını takip ettiği Türkiye ve Kuzey Makedonya arasında kıyaslama yapılmasına karar verilmiştir. Araştırmanın en temel sınırlılığı, araştırmanın iki ülke faaliyetleri üzerine odaklanmasıdır.

Sürdürülebilirlik raporlarının erişilebilirliği, kurumsal iletişim perspektifinden sürdürülebilirlik yönetimine ilişkin araştırmaların yürütülmesinde önemli bir faktördür. Ancak bu çalışma, Kuzey Makedonya'daki kurumların sürdürülebilirlik raporlarına erişimde bazı kısıtlamalarla karşılaşmıştır. Araştırma kapsamındaki ön incelemelerde, Kuzey Makedonya'daki kurumların sürdürülebilirlik raporlarına erişimin kolay olmadığı tespit edilmiştir. Bazı kurumların web sitelerinde herhangi bir sürdürülebilirlik raporu bulunmazken, diğerleri yalnızca çevresel, sosyal ve ekonomik konulardaki sürdürülebilirlik yönetimi uygulamalarıyla ilgili kısa belgeler sunmuştur. Bu sınırlamanın üstesinden gelmek için bazı sürdürülebilirlik raporları Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi veri tabanından indirilmiştir. Kurumların raporlarını bu veri tabanına yüklemiş olmalarından ötürü raporlara erişimde GRI, yerine Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi veri tabanından yararlanılmıştır. Öte yandan, neredeyse tüm kurumların sürdürülebilirlik raporlarını web sitelerine yükledikleri için araştırmada Türk kurumların sürdürülebilirlik raporlarına erişimde herhangi bir sınırlamayla karşılaşılmamıştır. Bu bilgiler doğrultusunda araştırmanın bir diğer sınırlılığını da Kuzey Makedonya'daki kuruluşların sürdürülebilirlik raporlarının tamamına ulaşamaması oluşturmaktadır.

Araştırma zaman yönünden de bir sınırlılık içermektedir. Araştırma kapsamında yapılan ön incelemeler sonucunda kurumların çoğunluğunun en son 2021 yılı sürdürülebilirlik raporlarını yayınladıkları tespit edilmiş ve bu nedenle araştırmaya 2019, 2020 ve 2021 yıllarına ait son kurumsal sürdürülebilirlik raporları dahil edilmiştir.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada Türkiye'deki ve Kuzey Makedonya'daki kurumların sürdürülebilirlik raporları nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniğinin kullanımı yoluyla incelenmiştir. Raporların içeriği ve kurumlar tarafından yürütülen sürdürülebilirlik uygulamaları analiz edilmiştir. Analiz, UNDP Sürdürülebilirlik Kalkınma Amaçlarına (SKA) ve kurumların raporlarını bu amaçlarla nasıl eşleştirdiklerine odaklanmıştır. Buna ek olarak, araştırma, Türk ve Kuzey Makedon kurumlarının sürdürülebilirlik faaliyetleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları inceleyerek bulguların karşılaştırmalı bir analizini de içermektedir.

İçerik analizi metinler gibi anlamlı materyallerden geçerliliği bulunan çıkarımlar elde etmeye imkân tanıyan bir araştırma tekniğidir (Krippendorff, 2012). İçerik analizinde araştırmanın amaçları ve araştırma soruları doğrultusunda içeriklerin belirlenmesi, örneklem seçimi, çözümleme birimlerinin belirlenmesi, kodlama cetvelinin oluşturulması, kodlama cetvelinin sınanması ve güvenilirliğinin ölçülmesi, verilerin çözümlenmesi aşamalarını kapsayan bir süreç yürütülmüştür. (Metin ve Ünal, 2022: 278-282). İçerik analizinde verilerin kodlanması, kategoriler ve kriterler bağlamında anlamlı setlere dönüştürülmesinde Miles ve Huberman'ın (1994) bakış açısından yola çıkılarak bir kodlama cetveli hazırlanmış ve içerik analizi gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi doğrultusunda elde edilen bulgular niceliksel içerik analizi ve niteliksel içerik analizine dayanan bulgu sunumu yoluyla aktarılmıştır.

İki ülke arasındaki karşılaştırmalı analizlere yönelik araştırma soruları için ise SPSS 28.0 Programından yararlanılmıştır. SPSS Programı'nda yapılan karşılaştırmalı analizlerde olasılık değeri temel alınmıştır.

4.5. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye'de ve Kuzey Makedonya'da kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarını gerçekleştiren özel sektör kuruluşları oluşturmaktadır. Ancak araştırma kapsamında her iki ülkeden söz konusu kriteri karşılayan tüm özel sektör kuruluşlarının sürdürülebilirlik faaliyetlerini analiz etmenin mümkün olmaması nedeniyle örnekleme yoluna gidilmiştir. Türkiye'de en son 2021 yılında yayınlanan Fortune 500 Listesi'ndeki ilk 10 kuruluş ile

Kuzey Makedonya’da Fortune Listesi ile eşdeğer olan ve en son 2021 yılında yayınlanan Club 200 Listesi’ndeki ilk 10 kuruluş araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen ön incelemede Türkiye’de Fortune 500 Listesi’nde yer alan ilk 10 kuruluşun kurumsal sürdürülebilirlik raporlarına web siteleri üzerinden erişimde herhangi bir sıkıntı olmadığı tespit edilmiştir. Ancak bu durum Kuzey Makedonya’daki kuruluşlar için aynı değildir. Kuzey Makedonya’da yayınlanan liste üzerinden gerçekleştirilen ön incelemede ise örnekleme dahil edilecek ve web siteleri üzerinden kurumsal sürdürülebilirlik raporlarına ulaşılabilen 10 kuruluş, listenin ancak 150 sırasına inilince tespit edilebilmiştir.

Aşağıda Türkiye ve Kuzey Makedonya’dan örnekleme dahil edilen 10’ar kuruluşun yer aldığı tablo bulunmaktadır:

Tablo 1. Örnekleme Oluşturan Kuruluşların Listesi

Türkiye’den Örnekleme Dahil Edilen Kuruluşların Listesi	Kuzey Makedonya’dan Örnekleme Dahil Edilen Kuruluşların Listesi
EPİAŞ - ENERJİ PİYASALARI İŞLETME A.Ş. (ENERJİ SEKTÖRÜ)	OKTA A.Ş. (AKARYAKIT SEKTÖRÜ)
TÜPRAŞ - TÜRKİYE PETROL RAFİNELERİ A.Ş. (AKARYAKIT SEKTÖRÜ)	MAKPETROL A.Ş. (AKARYAKIT SEKTÖRÜ)
TÜRK HAVA YOLLARI A.O. (HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI SEKTÖRÜ)	TELEKOM MK A.Ş. (TELEKOMÜNİKASYON SEKTÖRÜ)
FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş. (OTOMOTİV SEKTÖRÜ)	ALKALOİD A.Ş. (SAĞLIK SEKTÖRÜ)
BİM BİRLEŞİK MAĞAZALARI (PERAKENDE SEKTÖRÜ)	MEPSO A.Ş. (ENERJİ SEKTÖRÜ)
ERDEMİR - EREĞLİ DEMİR VE ÇELİK FABRİKALARI T.A.Ş. (DEMİR ÇELİK SEKTÖRÜ)	MAKSTİL A.Ş. (DEMİR ÇELİK SEKTÖRÜ)
ARÇELİK A.Ş. (BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ)	TİTAN CEMENTARNİCA - USJE A.Ş. (ÇİMENTO VE HAZIR BETON SEKTÖRÜ)
PETROL OFİSİ A.Ş. (AKARYAKIT SEKTÖRÜ)	GD GRANİT A.Ş. (İNŞAAT SEKTÖRÜ)
OPET PETROLÇÜLÜK A.Ş. (AKARYAKIT SEKTÖRÜ)	PİVARNİCA SKOPJE A.Ş. (İÇECEK SEKTÖRÜ)
SOCAR TÜRKİYE ENERJİ A.Ş. (ENERJİ SEKTÖRÜ)	JP VODOVOD I KANALİZACIJA - SKOPJE (ALTYAPI SEKTÖRÜ)

4.6. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlar

Çalışmanın bu kısmında araştırma doğrultusunda elde edilen bulgulara ve bunlara ilişkin yorumlara yer verilmektedir.

Aşağıdaki Türkiye’deki kurumların sürdürülebilirlik raporları ya da sürdürülebilirlik uygulamalarına yer verdikleri raporların yıllara göre dağılımlarını gösterir tablo yer almaktadır:

Tablo 2. Türkiye’deki Kurumların Sürdürülebilirlik Faaliyetlerini Raporlama Durumunun Yıllara Göre Dağılımı

Rapor Türü		Yıllar			TOPLAM
		2019	2020	2021	
Sürdürülebilirlik Raporu	Frekans	6	7	8	21
	Yüzde	75,0	77,8	80,0	77,8
Faaliyet Raporu	Frekans	1	1	1	3
	Yüzde	12,5	11,1	10,0	11,1
İlerleme Bildirimi (Cop) Faaliyet Raporu	Frekans	0	0	0	0
	Yüzde	0,0	0,0	0,0	0,0
Cop Faaliyet/ Sürdürülebilirlik Raporu	Frekans	0	0	0	0
	Yüzde	0,0	0,0	0,0	0,0
Entegre Faaliyet Raporu	Frekans	1	1	1	3
	Yüzde	12,5	11,1	10,0	11,1
TOPLAM		8	9	10	27

Tablo 2’de gösterilen bulgular araştırmanın “Türkiye ve Kuzey Makedonya’da sürdürülebilirlik raporlarının yayınlanma durumu farklılaşmakta mıdır?” şeklindeki son araştırma sorusuna yanıt niteliği taşımaktadır. Bu bulgulara göre örneklem kapsamında bulunan 10 Türk kurumunun 2019, 2020 ve 2021 yıllarında beş farklı rapor türünde toplam 27 rapor yayınladıkları görülmüştür. Üç yılda yayınlanan toplam 27 raporun büyük çoğunluğunu (n=21, %77,8) sürdürülebilirlik raporlarının oluşturduğu tespit edilmiştir. İncelenen üç yıl içerisinde incelenen Türk kurumlarından hiçbirisinin CoP faaliyet veya CoP faaliyet/sürdürülebilirlik raporu üretmediği ortaya konmuştur. Yayınlanan raporların toplam sayısının yıllar içerisinde belirgin bir biçimde değişmediği, 2019 yılında 8 olan toplam rapor sayısının 2020 yılında 9 ve 2021 yılında ise 10 olduğu saptanmıştır. Sürdürülebilirlik raporlarının sayısında yıllar içerisinde bir artış gözlemlenmektedir. 2019 yılında 6 olan sürdürülebilirlik raporlarının sayısı 2021 yılında 8 olmuştur.

Aşağıda yer alan Tablo 3’de ise 10 Türk kurumunun yıllara ve rapor türüne göre dağılımları detaylı biçimde gösterilmiştir:

Tablo 3. Türk Kurumlarının Yıllara Göre Rapor Yayınlama Durumları

Kuruluş	Yılı	Rapor Türü				
		Sürdürülebilirlik Raporu	Faaliyet Raporu	CoP Faaliyet Raporu	CoP Faaliyet Sürdürülebilirlik Raporu	Entegre Faaliyet Raporu
EPIAŞ A.Ş.	2019	-	Var	-	-	-
	2020	-	Var	-	-	-
	2021	-	Var	-	-	-
TÜPRAŞ A.Ş.	2019	Var	-	-	-	-
	2020	Var	-	-	-	-
	2021	Var	-	-	-	-
THY A.O.	2019	Var	-	-	-	-
	2020	Var	-	-	-	-
	2021	Var	-	-	-	-
FORD OTOSAN A.Ş.	2019	Var	-	-	-	-
	2020	Var	-	-	-	-
	2021	Var	-	-	-	-
BİM B.M.	2019	-	-	-	-	-
	2020	Var	-	-	-	-
	2021	Var	-	-	-	-
ERDEMİR EREĞLİ DEMİR ÇELİK FABRİKALARI T.A.Ş.	2019	-	-	-	-	Var
	2020	-	-	-	-	Var
	2021	-	-	-	-	Var
ARÇELİK A.Ş.	2019	Var	-	-	-	-
	2020	Var	-	-	-	-
	2021	Var	-	-	-	-
PETROL OFİSİ A.Ş.	2019	-	-	-	-	-
	2020	-	-	-	-	-
	2021	Var	-	-	-	-

Kurum	Yıl	Var	-	-	-	-
	OPET PET. A.Ş.	2019	Var	-	-	-
	2020	Var	-	-	-	-
	2021	Var	-	-	-	-
SOCAR TÜRKİYE ENERJİ A.Ş.	2019	Var	-	-	-	-
	2020	Var	-	-	-	-
	2021	Var	-	-	-	-
TOPLAM		21	3	0	0	3

Tablo 3'ten görülebileceği üzere Türkiye'deki kurumların büyük bir çoğunluğu araştırmanın zamansal sınırlılığını oluşturan 2019, 2020 ve 2021 yıllarında sürdürülebilirlik raporu ya da sürdürülebilirlik faaliyetlerinin yer aldığı diğer türde raporları yayınlamışlardır. Örneklem dahilindeki kurumlardan EPIAŞ A.Ş.'nin faaliyet raporlarında sürdürülebilirlik çabalarına yer verdiği, Erdemir Ereğli Demir Çelik Şirketi'nin ise her üç yıl faaliyetlerini raporlamada entegre faaliyet raporunu tercih ettiği tespit edilmiştir. Petrol Ofisi A. Ş. 2019 ve 2020 yılında sürdürülebilirlik raporu yayınlamamakla birlikte 2021 yılında sürdürülebilirlik raporu yayınlamıştır. BİM ise 2020 yılı itibariyle kurumsal sürdürülebilirlik raporlaması uygulamasını gerçekleştirmeye başlamıştır.

Aşağıda yer alan Tablo 4 ise Kuzey Makedonya'daki kurumların sürdürülebilirlik faaliyetlerinin yıllara göre dağılımlarını göstermektedir:

Tablo 4. Kuzey Makedonya'daki Kurumların Sürdürülebilirlik Faaliyetlerini Raporlama Durumunun Yıllara Göre Dağılımı

Rapor Türü		Yıllar			TOPLAM
		2019	2020	2021	
Sürdürülebilirlik Raporu	Frekans	0	1	0	1
	Yüzde	0,0	11,1	0,0	4,3
Faaliyet Raporu	Frekans	4	6	6	16
	Yüzde	66,7	66,7	75,0	69,6
Cop Faaliyet Raporu	Frekans	1	1	1	3
	Yüzde	16,7	11,1	12,5	13,0
Cop Faaliyet Sürdürülebilirlik Raporu	Frekans	1	1	1	3
	Yüzde	16,7	11,1	12,5	13,0
Entegre Faaliyet Raporu	Frekans	0	0	0	0
	Yüzde	0,0	0,0	0,0	0,0
TOPLAM		6	9	8	23

Tablo 4'te yer verilen bulgulara göre örneklem dahilindeki 10 Kuzey Makedonya Kurumu 2019, 2020 ve 2021 yıllarında beş farklı rapor türünde toplam 23 rapor yayınlamıştır. Üç yılda üretilen toplam 23 raporun büyük çoğunluğunu (n=16, %69,6) faaliyet raporlarının oluşturduğu görülmektedir. CoP faaliyet raporu ve CoP faaliyet/sürdürülebilirlik raporu üretimlerinin %11,1 gibi düşük oranlarda kaldığı görülmektedir. Sürdürülebilirlik raporu ise sadece bir kez 2020 yılında üretilmiştir. Kuzey Makedonya kurumlarının incelenen üç yıl içerisinde entegre faaliyet raporu üretmediği anlaşılmıştır. Üretilen raporların toplam sayısının yıllar içerisinde görece arttığı söylenebilir. 2019 yılında 6 olan toplam rapor sayısının 2020 yılında 9 ve 2021 yılında ise 8 olduğu görülmektedir. Rapor türlerine göre ayrı ayrı bakıldığında sürdürülebilirlik raporlarının sadece bir kez 2020 yılında düzenlendiği, CoP faaliyet raporu ve CoP faaliyet/sürdürülebilirlik raporlarının ise incelenen üç yıl içerisinde birer kez düzenlendiği tespit edilmiştir. Faaliyet raporlarının sayısı ise 2019 yılında 4 iken 2020 yılında 6 olmuş ve 2021 yılında da yine 6 kez düzenlenmiştir.

Aşağıda yer verilen Tablo 5’te ise 10 Kuzey Makedonya kurumunun yıllara ve rapor türüne göre dağılımları detaylı biçimde gösterilmiştir:

Tablo 5. Kuzey Makedonya’daki Kurumların Yıllara Göre Rapor Yayınlama Durumları

Kuruluş	Yılı	Rapor Türü				
		Sürdürülebilirlik Raporu	Faaliyet Raporu	CoP Faaliyet Raporu	CoP Faaliyet Sürdürülebilirlik Raporu	Entegre Faaliyet Raporu
OKTA A.Ş.	2019	-	-	-	-	-
	2020	Var	-	-	-	-
	2021	-	-	-	-	-
MAKPETROL A.Ş.	2019	-	-	Var	-	-
	2020	-	-	Var	-	-
	2021	-	-	Var	-	-
TELEKOM MK A.Ş.	2019	-	Var	-	-	-
	2020	-	Var	-	-	-
	2021	-	-	-	-	-
ALKOLOID A.Ş.	2019	-	Var	-	-	-
	2020	-	Var	-	-	-
	2021	-	Var	-	-	-
MEPSO A.Ş.	2019	-	-	-	-	-
	2020	-	Var	-	-	-
	2021	-	Var	-	-	-
MAKSTIL A.Ş.	2019	-	Var	-	-	-
	2020	-	Var	-	-	-
	2021	-	Var	-	-	-
TITAN CEMENT. USJE A.Ş.	2019	-	-	-	Var	-
	2020	-	-	-	Var	-
	2021	-	-	-	Var	-
GD GRANIT A.Ş.	2019	-	Var	-	-	-
	2020	-	Var	-	-	-
	2021	-	Var	-	-	-
PIVARNICA SKOPJE A.Ş.	2019	-	-	-	-	-
	2020	-	-	-	-	-
	2021	-	Var	-	-	-
JP VODOVOD I KANALIZACIJA SKOPJE	2019	-	-	-	-	-
	2020	-	Var	-	-	-
	2021	-	Var	-	-	-
TOPLAM		1	16	3	3	0

Tablo 5’ten görülebileceği üzere Kuzey Makedonya’daki kurumların büyük bir çoğunluğu araştırmanın zamansal sınırlılığını oluşturan 2019, 2020 ve 2021 yıllarında sürdürülebilirlik raporu yayınlamamıştır. Kuzey Makedonya’daki kurumlardan tek sürdürülebilirlik raporu yayınlayan kurum OKTA A.Ş. olmuş ve bu kurumun yayınladığı tek sürdürülebilirlik raporunun ise 2020 yılına

ait olduğu tespit edilmiştir. Örneklem dahilindeki kurumların sürdürülebilirlik faaliyetlerine kurumsal faaliyet raporlarında yer vermeyi tercih ettikleri dikkat çekmektedir.

Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5'te sunulan bulgular birlikte değerlendirildiğinde Türk kurumlarının Kuzey Makedonya'daki kurumlarla kıyaslandığında sürdürülebilirlik raporlamasına daha fazla yoğunlaştıkları söylenebilmektedir. Türkiye'deki kurumlar sürdürülebilirlik faaliyetlerinin raporlanmasında spesifik olarak sürdürülebilirlik raporlarından yararlanırken, Kuzey Makedonya'daki kurumların ise sürdürülebilirlik raporlarından ziyade faaliyet raporlarına başvurdukları görülmektedir.

Aşağıda Türkiye'deki kurumların sürdürülebilirlik uygulamalarının odaklandıkları sürdürülebilir kalkınma amaçlarına (SKA) göre dağılımlarını gösteren tablo yer almaktadır:

Tablo 6. Türkiye'deki Kurumların Sürdürülebilirlik Faaliyetlerinin SKA'lara¹ Göre Dağılımı

No	Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları	Frekans	Yüzde
1	Yoksulluğun bitirilmesi	20	0,5
2	Açlığın sona erdirilmesi	13	0,01
3	Sağlıklı bireyler	293	6,8
4	Nitelikli eğitim	239	0,3
5	Toplumsal cinsiyet eşitliği	153	3,6
6	Temiz su ve sıhhi koşullar	169	3,9
7	Erişilebilir ve temiz enerji	331	7,7
8	İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme	463	10,8
9	Sanayi, yenilikçilik ve altyapı	447	10,4
10	Eşitsizliklerin azaltılması	200	4,7
11	Sürdürülebilir şehir ve toplumlar	138	3,2
12	Sorumlu tüketim ve üretim	491	11,4
13	İklim aksiyonu	383	8,9
14	Su altı yaşam	75	1,7
15	Karada yaşam	141	3,3
16	Barış, adalet ve güçlü kurumlar	187	4,4
17	Amaçlar için iş birliği	547	12,8
TOPLAM		4290	100,0

Tablo 6'da, örneklem dahilinde bulunan 10 Türk kurumunun 2019, 2020 ve 2021'de 17 farklı SKA alanında gerçekleştirdikleri toplam sürdürülebilirlik uygulama sayıları gösterilmektedir. Tablo 6'da sunulan bulgular araştırmanın "Türkiye'deki kurumlar UNDP'nin ortaya koyduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarından hangisine/hangilerine odaklanmaktadır?" şeklindeki birinci sorusuna yanıt niteliği taşımaktadır. 10 Türk kurumunun söz konusu üç yılda sürdürülebilirlik yönetimi kapsamında toplam 4290 uygulama gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Bu faaliyetlerin odaklandığı SKA'ların ise sırasıyla amaçlar için iş birliği (%12,8), sorumlu tüketim ve üretim (%11,4), insana yakışır iş ve ekonomik büyüme (%10,8), sanayi, yenilikçilik ve altyapı (%10,4) ve iklim aksiyonu (%8,9) olduğu saptanmıştır. En az faaliyet gerçekleştirilen alanların ise açlığın sona erdirilmesi (%0,3), yoksulluğun bitirilmesi (%0,5), su altı yaşam (%1,7), sürdürülebilir şehir ve toplumlar (%3,2) ve toplumsal cinsiyet eşitliği (%3,6) SKA alanları olduğu tespit edilmiştir.

Aşağıdaki tablo ise Kuzey Makedonya'daki kurumların sürdürülebilirlik uygulamalarının odaklandıkları sürdürülebilir kalkınma amaçlarına (SKA) göre dağılımlarını göstermektedir:

¹ Raporlarda kurumların doğrudan bu SKA'lara yer vermediklerine dikkat çekilmelidir. Bu doğrultuda içerik analizinde, araştırma kapsamında oluşturulan kodlama cetveli temel alınmış ve raporlarda yer verilen sürdürülebilirlik faaliyetleri ilişkili oldukları SKA'lar kapsamında kodlanmıştır.

Tablo 7. Kuzey Makedonya'daki Kurumların Sürdürülebilirlik Faaliyetlerinin SKA'lara Göre Dağılımı

No	Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları	Frekans	Yüzde
1	Yoksulluğun bitirilmesi	14	0,7
2	Açlığın sona erdirilmesi	11	0,6
3	Sağlıklı bireyler	145	7,4
4	Nitelikli eğitim	152	7,8
5	Toplumsal cinsiyet eşitliği	24	1,2
6	Temiz su ve sıhhi koşullar	93	4,8
7	Erişilebilir ve temiz enerji	146	7,5
8	İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme	133	6,8
9	Sanayi, yenilikçilik ve altyapı	212	10,8
10	Eşitsizliklerin azaltılması	48	2,5
11	Sürdürülebilir şehir ve toplumlar	115	5,9
12	Sorumlu tüketim ve üretim	221	11,3
13	İklim aksiyonu	114	5,8
14	Su altı yaşam	2	0,1
15	Karada yaşam	90	4,6
16	Barış, adalet ve güçlü kurumlar	98	5,0
17	Amaçlar için iş birliği	236	12,1
TOPLAM		1954	100,0

Tablo 7'de Kuzey Makedonya'dan örnekleme oluşturan kurumların 2019, 2020 ve 2021'de 17 farklı SKA alanında gerçekleştirdikleri toplam uygulama sayılarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Tablo 7'de sunulan bulgular araştırmanın "Kuzey Makedonya'daki kurumlar UNDP'nin ortaya koyduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarından hangisine/hangilerine odaklanmaktadır?" şeklindeki ikinci sorusuna yanıt niteliği taşımaktadır. Kuzey Makedonya'daki 10 kurumunun söz konusu yıllar içinde toplam 1954 sürdürülebilirlik faaliyeti gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Bu rakamın Türkiye'den örneklem dahilinde yer alan 10 kurumun gerçekleştirdiği 4290 sürdürülebilirlik çabasının yarısından az olduğu dikkat çekici bir bulgudur. 10 Kuzey Makedon kurumunun uygulamalarının sırasıyla amaçlar için iş birliği (%12,1), sorumlu tüketim ve üretim (%11,3), sanayi, yenilikçilik ve altyapı (%10,8), nitelikli eğitim (%7,5) ve erişilebilir ve temiz enerji (%7,5) SKA alanlarında gerçekleştirildiği saptanmıştır. En az faaliyet gerçekleştirilen alanların ise su altı yaşam (%0,1), açlığın sona erdirilmesi (%0,6), yoksulluğun bitirilmesi (%0,7), toplumsal cinsiyet eşitliği (%1,2) ve eşitsizliğin azaltılması (%2,5) SKA alanları olduğu tespit edilmiştir. Kurumsal sürdürülebilirlik çabaları analiz edilen Türk ve Kuzey Makedon kurumlarının en fazla ve az odaklandıkları SKA alanlarının ve oranlarının birbirine benzer ve yakın olduğu tespit edilmiştir.

Aşağıdaki tabloda Türkiye'deki kurumların sürdürülebilirlik faaliyetlerini gerçekleştirdikleri sürdürülebilir kalkınma amaçlarının yıllara göre dağılımını gösterir tablo yer almaktadır:

Tablo 8. Türkiye'deki Kurumların Odaklandıkları SKA'ların Yıllara Göre Dağılımı

No	Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları	2019		2020		2021	
		Sayısı	Yüzde	Sayısı	Yüzde	Sayısı	Yüzde
1	Yoksulluğun bitirilmesi	5	0,4	7	0,5	8	0,5
2	Açlığın sona erdirilmesi	5	0,4	3	0,2	5	0,3
3	Sağlıklı bireyler	55	4,8	137	9,2	101	6,1
4	Nitelikli eğitim	70	6,2	80	5,4	89	5,4
5	Toplumsal cinsiyet eşitliği	41	3,6	50	3,4	62	3,7

6	Temiz su ve sıhhi koşullar	49	4,3	57	3,8	63	3,8
7	Erişilebilir ve temiz enerji	84	7,4	115	7,7	132	7,9
8	İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme	124	10,9	152	10,2	187	11,2
9	Sanayi, yenilikçilik ve altyapı	125	11,0	149	10,0	173	10,4
10	Eşitsizliklerin azaltılması	54	4,7	67	4,5	79	4,8
11	Sürdürülebilir şehir ve toplumlar	35	3,1	47	3,2	56	3,4
12	Sorumlu tüketim ve üretim	126	11,1	171	11,5	194	11,7
13	İklim aksiyonu	106	9,3	128	8,6	149	9,0
14	Su altı yaşam	21	1,8	23	1,5	31	1,9
15	Karada yaşam	34	3,0	50	3,4	57	3,4
16	Barış, adalet ve güçlü kurumlar	52	4,6	63	4,2	72	4,3
17	Amaçlar için iş birliği	153	13,4	189	12,7	205	12,3
TOPLAM		1139	100,0	1488	100,0	1663	100,0

Tablo 8’de incelenen 10 Türk kurumunun 17 farklı SKA alanında gerçekleştirdikleri uygulamaların sayıları ve toplam faaliyetlere oranları 2019, 2020 ve 2021 yıllarına göre ayrı ayrı gösterilmektedir. Tablo 8’de sunulan bulgular araştırmanın “Türkiye’de UNDP’nin ortaya koyduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarına yönelik yoğunlaşma durumu yıllara göre farklılaşmakta mıdır?” şeklindeki üçüncü sorusuna yanıt niteliği taşımaktadır. 10 Türk kurumunun sürdürülebilirlik uygulamalarını gerçekleştirme eğiliminin yıllar içerisinde artış gösterdiği anlaşılmaktadır. 2019 yılında 1139 olan toplam sürdürülebilirlik faaliyeti sayısı 2020 yılında 1488’e ve 2021 yılında ise 1663’e yükselmiştir. Azalma ve artış gösteren SKA alanlarında bakıldığında, açlığın sona erdirilmesi ve sağlıklı bireyler alanları hariç diğer tüm SKA alanlarına yönelik girişimlerde düzenli artışlar olduğu anlaşılmaktadır. Açlığın sona erdirilmesi SKA alanında 2019 yılında 5 olan faaliyet sayısı 2020’de 3’e düşmüş ve 2021 yılında tekrar 5’e yükselmiştir. Sağlıklı bireyler SKA alanında ise 2019 yılında 55 olan uygulama sayısı 2020’de 137’ye yükselmiş, ancak 2021 yılında bu sayı 101’e gerilemiştir. Bu sürdürülebilir kalkınma amacına yönelik faaliyetlerin 2020 yılında yükselmesinin temel nedeni sağlıkla ilgili bir kriz durumu oluşturan pandemi olarak yorumlanabilmektedir.

Aşağıda yer alan Tablo 9 ise Kuzey Makedonya’daki kurumların sürdürülebilirlik faaliyetleri doğrultusunda odaklandıkları sürdürülebilir kalkınma amaçlarının yıllara göre dağılımlarını sunmaktadır:

Tablo 9. Kuzey Makedonya’daki Kurumların Odaklandıkları SKA’ların Yıllara Göre Dağılımı

No	Uygulama Türü	2019		2020		2021	
		Sayısı	Yüzde	Sayısı	Yüzde	Sayısı	Yüzde
1	Yoksulluğun bitirilmesi	2	0,4	6	0,8	6	0,8
2	Açlığın sona erdirilmesi	2	0,4	4	0,6	5	0,6
3	Sağlıklı bireyler	30	6,6	68	9,4	47	6,0
4	Nitelikli eğitim	45	10,0	56	7,8	51	6,5
5	Toplumsal cinsiyet eşitliği	6	1,3	6	0,8	12	1,5
6	Temiz su ve sıhhi koşullar	21	4,6	34	4,7	38	4,9
7	Erişilebilir ve temiz enerji	28	6,2	55	7,6	63	8,1
8	İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme	54	11,9	84	11,7	95	12,1
9	Sanayi, yenilikçilik ve altyapı	49	10,8	78	10,8	85	10,9
10	Eşitsizliklerin azaltılması	12	2,7	13	1,8	23	2,9

11	Sürdürülebilir şehir ve toplumlar	32	7,1	40	5,6	43	5,5
12	Sorumlu tüketim ve üretim	46	10,2	78	10,8	97	12,4
13	İklim aksiyonu	27	6,0	39	5,4	48	6,1
14	Su altı yaşam	1	0,2	1	0,1	0	0,0
15	Karada yaşam	23	5,1	33	4,6	34	4,3
16	Barış, adalet ve güçlü kurumlar	24	5,3	39	5,4	35	4,5
17	Amaçlar için iş birliği	50	11,1	86	11,9	100	12,8
TOPLAM		452	100,0	720	100,0	782	100,0

Tablo 9’da incelenen 10 Kuzey Makedon kurumunun 17 farklı SKA alanında gerçekleştirdikleri uygulamaların sayıları ve toplam faaliyetlere oranları 2019, 2020 ve 2021 yıllarına göre ayrı ayrı gösterilmektedir. Tablo 9’da sunulan bulgular araştırmanın “Kuzey Makedonya’da UNDP’nin ortaya koyduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarına yönelik yoğunlaşma durumu yıllara göre farklılaşmakta mıdır?” şeklindeki dördüncü sorusuna yönelik yanıt niteliği taşımaktadır. Kuzey Makedonya’daki kurumların sürdürülebilirlik çabalarının yıllar içerisinde artış gösterdiği anlaşılmaktadır. 2019 yılında 452 olan toplam faaliyet sayısı 2020 yılında 720’ye ve 2021 yılında ise 782’ye yükselmiştir. Azalma ve artış olan SKA alanlarında bakıldığında, yoksulluğun bitirilmesi, sağlıklı bireyler, nitelikli eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği, su altı yaşam ve barış, adalet ve güçlü kurumlar alanları hariç diğer tüm SKA alanlarının uygulamalarında düzenli artışlar olduğu anlaşılmaktadır. Yoksulluğun bitirilmesi SKA alanında 2019 yılında 2 olan faaliyet sayısı 2020’de 6’ya yükselmiş ve bu sayı 2021 yılında sabit kalmıştır. Sağlıklı bireyler SKA alanında ise 2019 yılında 30 olan uygulama sayısı 2020’de 68’e yükselmiş, ancak 2021 yılında bu sayı 47’ye gerilemiştir. Nitelikli eğitim SKA alanında 2019 yılında 45 olan girişim sayısı 2020’de 56’ya yükselmiş, ancak 2021 yılında bu sayı 51’e gerilemiştir. Toplumsal cinsiyet eşitliği SKA alanında 2019 yılında ve 2020 yılında 6 olan uygulama sayısı 2021’de 12’ye yükselmiştir. Su altı yaşam SKA alanında 2019 yılında ve 2020 yılında 1 olan faaliyet sayısı 2021’de 0’a gerilemiştir. Barış, adalet ve güçlü kurumlar SKA alanında 2019 yılında 24 olan uygulama sayısı 2020’de 39’a yükselmiş, ancak 2021 yılında bu sayı 35’e gerilemiştir. Kuzey Makedon’daki kurumlarla karşılaştırıldığında Türk kurumlarının sürdürülebilirlik yönetimi açısından daha yüksek bir uygulama artışı içerisinde olduğu söylenebilir.

Aşağıda yer alan Tablo 10’da örneklem dahilinde bulunan Türk ve Kuzey Makedon kurumlarının kıyaslanabilmesi için gerçekleştirdikleri 17 SKA alanındaki uygulama sayıları yıllara göre karşılaştırmalı biçimde sunulmuştur. Bu tabloda ayrıca Türk ve Kuzey Makedon kurumların SKA faaliyetlerinin ortalamalarının karşılaştırılmasından elde edilen olasılık (p) değeri de verilmiştir. Olasılık değerinin 0,05’den küçük olması iki ülke arasındaki farkın anlamlı olduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 10. Türkiye ve Kuzey Makedonya’daki Kurumların Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Odaklandıkları SKA’lara ve Yıllara Göre Karşılaştırılması

No	Uygulama Türü	Ülke	2019		2020		2021		p
			Sayısı	Yüzde	Sayısı	Yüzde	Sayısı	Yüzde	
1	Yoksulluğun bitirilmesi	K. Makedonya	2	0,4	6	0,8	6	0,8	0,57
		Türkiye	5	0,4	7	0,5	8	0,5	
2	Açlığın sona erdirilmesi	K. Makedonya	2	0,4	4	0,6	5	0,6	0,83
		Türkiye	5	0,4	3	0,2	5	0,3	
3	Sağlıklı bireyler	K. Makedonya	30	6,6	68	9,4	47	6,0	0,00
		Türkiye	55	4,8	137	9,2	101	6,1	

4	Nitelikli eğitim	K. Makedonya	45	10,0	56	7,8	51	6,5	0,18
		Türkiye	70	6,2	80	5,4	89	5,4	
5	Toplumsal cinsiyet eşitliği	K. Makedonya	6	1,3	6	0,8	12	1,5	0,01
		Türkiye	41	3,6	50	3,4	62	3,7	
6	Temiz su ve sıhhi koşullar	K. Makedonya	21	4,6	34	4,7	38	4,9	0,18
		Türkiye	49	4,3	57	3,8	63	3,8	
7	Erişilebilir ve temiz enerji	K. Makedonya	28	6,2	55	7,6	63	8,1	0,02
		Türkiye	84	7,4	115	7,7	132	7,9	
8	İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme	K. Makedonya	54	11,9	84	11,7	95	12,1	0,01
		Türkiye	124	10,9	152	10,2	187	11,2	
9	Sanayi, yenilikçilik ve altyapı	K. Makedonya	49	10,8	78	10,8	85	10,9	0,01
		Türkiye	125	11,0	149	10,0	173	10,4	
10	Eşitsizliklerin azaltılması	K. Makedonya	12	2,7	13	1,8	23	2,9	0,03
		Türkiye	54	4,7	67	4,5	79	4,8	
11	Sürdürülebilir şehir ve toplumlar	K. Makedonya	32	7,1	40	5,6	43	5,5	0,54
		Türkiye	35	3,1	47	3,2	56	3,4	
12	Sorumlu tüketim ve üretim	K. Makedonya	46	10,2	78	10,8	97	12,4	0,01
		Türkiye	126	11,1	171	11,5	194	11,7	
13	İklim aksiyonu	K. Makedonya	27	6,0	39	5,4	48	6,1	0,00
		Türkiye	106	9,3	128	8,6	149	9,0	
14	Su altı yaşam	K. Makedonya	1	0,2	1	0,1	0	0,0	0,01
		Türkiye	21	1,8	23	1,5	31	1,9	
15	Karada yaşam	K. Makedonya	23	5,1	33	4,6	34	4,3	0,20
		Türkiye	34	3,0	50	3,4	57	3,4	
16	Barış, adalet ve güçlü kurumlar	K. Makedonya	24	5,3	39	5,4	35	4,5	0,01
		Türkiye	52	4,6	63	4,2	72	4,3	

17	Amaçlar için iş birliği	K. Makedonya	50	11,1	86	11,9	100	12,8	0,00
		Türkiye	153	13,4	189	12,7	205	12,3	
TOPLAM		K. Makedonya	452	100,0	720	100,0	782	100,0	0,00
		Türkiye	1139	100,0	1488	100,0	1663	100,0	

Tablo 10'da sunulan bulgular araştırmanın "Türkiye ve Kuzey Makedonya'da gerçekleştirilen sürdürülebilirlik faaliyetleri odaklandıkları sürdürülebilirlik amaçları bağlamında hangi yönlerden benzeşmekte hangi yönlerden farklılaşmaktadır?" şeklindeki beşinci sorusuna yönelik yanıt niteliği taşımaktadır. Tabloda sunulan bulgulara göre iki ülkedeki kurumların gerçekleştirdikleri toplam SKA faaliyet sayıları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Türk kurumların gerçekleştirdikleri uygulama sayıları Kuzey Makedon kurumların gerçekleştirdiklerinden anlamlı biçimde daha fazla olduğu tespit edilmiştir. 17 SKA uygulaması içerisinde 11 tanesinde Türk kurumların faaliyet sayısının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. 11 SKA dışındaki 6 SKA açısından ise iki ülke kurumları arasında, yoksulluğun bitirilmesi, açlığın sona erdirilmesi, nitelikli eğitim, temiz su ve sıhhi koşullar, sürdürülebilir şehir ve toplumlar ve karada yaşam şeklindeki sürdürülebilir kalkınma amaçlarına yönelik çabalar bağlamında farklılaşmaların olmadığı tespit edilmiştir.

Ayrıca iki ülke kurumlarının yoğunlaştıkları SKA alanlarının da birbirine benzer olduğu görülmektedir. Her iki ülke kurumları da daha çok amaçlar için iş birliği, sorumlu tüketim ve üretim, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, sanayi ve yenilikçilik ve altyapı gibi SKA alanlarına odaklanmışlardır. Her iki ülkenin de daha az odaklandığı alanların yoksulluğun bitirilmesi, açlığın sona erdirilmesi ve su altı yaşam gibi SKA alanları olduğu görülmektedir. SKA uygulamalarının trendine bakıldığında ise, iki ülkede de SKA girişimlerinin bir artış eğilimine sahip olduğu söylenebilir.

Sonuç ve Değerlendirme

Hızla değişmekte olan dünya, kurumları sürdürülebilirlik uygulamalarını hayata geçirme gerekliliği ile karşı karşıya bırakmaktadır. Müreffeh ekonomilerini ve karlılıklarını sürdürme arayışındaki kurumlar, ekonomik sorumluluklarının yanı sıra içinde faaliyet gösterdikleri topluma, hedef kitlelerine, çevreye ve gelecek nesillere karşı da sorumluluklar üstlenmeyi gerektiren yeni bir kurumsal yönetim anlayışına uyum sağlamak durumundadırlar. Bununla birlikte, kurumsal sürdürülebilirlik, etkili kurumsal iletişim için büyük önem taşımaktadır ve bu iki kavram birbiriyle derinden bağlantılıdır.

Kurumsal sürdürülebilirlik, günümüzün dinamik iş ortamında etkili kurumsal iletişimin temelini oluşturmaktadır. Kurumlar sürdürülebilirliği vizyon, misyon ve stratejik hedeflerinin temel bir unsuru haline getirdikçe, çağımızın acil çevresel ve sosyal sorunlarını ele alma konusundaki kararlılıklarının sinyalini vermektedirler. Kuruluşlar, sürdürülebilirlik çabalarını faaliyetlerine ve kurumsal kimliklerine entegre ederek değerlerini, ilkelerini ve sürdürülebilirlik çabalarını etkili bir şekilde iletebilirler. Kurumsal iletişim, kurumun sürdürülebilir uygulamalarını ifade etmek, paydaşların ilgisini çekmek ve itibar ve güveni artırmak için güçlü bir araç haline gelmektedir.

Kurumsal iletişim uzmanları, artan hedef kitle ve toplum beklentilerine yanıt verecek stratejilerin üretilmesinde ve hayata geçirilmesinde kurumlara danışmanlık yapmaktadır ve günümüzde kurumsal sürdürülebilirlik yönetimi çabaları kurumsal iletişim stratejilerinin temel faaliyet alanlarından biri haline gelmiştir. Kurumsal iletişim çabaları, kurumların toplumsal fayda odaklı yapısının hedef kitlelere sunumunda, çözümünü üstlendiği ya da çözümüne katkı sunduğu sorumluluk alanlarının etkili bir şekilde tanıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Kurumsal sürdürülebilirlik uygulamaları ve kurumsal sürdürülebilirlik iletişimi, kurumlar ile hedef kitleler arasında karşılıklı güven ve katılımı teşvik ederek kurumlar ve paydaşları arasında olumlu ilişkiler kurulmasına katkıda bulunmaktadır. Bu doğrultuda kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerinin

kurumların iletişim hedeflerine ulaşmasında kritik bir rol üstlenebileceğinden söz edilebilir ve ayrıca kurumsal iletişim ve kurumsal sürdürülebilirlik kavramlarının birbiriyle doğrudan bağlantılı ve iç içe geçmiş kavramlar olduğu söylenebilir.

Sürdürülebilirliğe duyulan ihtiyaç, günümüzde kurumların vizyon, misyon ve genel stratejik yönelimlerinin temel bir parçası haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik artık gönüllü bir girişim olarak değil, toplum tarafından talep edilen bir gereklilik olarak görülmektedir. Kurumlar performanslarının toplumsal etkilerini daha fazla dikkate almakta ve stratejilerini hem iç hem de dış paydaşlarının refahı ile uyumlu hale getirmek için adımlar atmaktadır. Bu çalışma, farklı ülkelerdeki, bu çalışmanın örneklemini oluşturan Türkiye ve Kuzey Makedonya'daki kurumların sürdürülebilirlik yönetimi uygulamalarını ele almak için tasarlanmıştır. Literatürde kurumsal iletişim ve kurumsal sürdürülebilirlik arasındaki güçlü bağlantıya işaret eden fikir birliğinin varlığından hareket edilen çalışma kapsamında yürütülen araştırma, her iki ülkedeki kurumların yaklaşımlarını karşılaştırarak iki ülke arasında bir kıyaslama yapmayı amaçlamıştır.

Türkiye ve Kuzey Makedonya'nın ortak bir tarihe, kültürel geçmişe ve coğrafi yakınlığa sahip iki ülke olması ve aynı zamanda iki ülke arasındaki siyasi ve ekonomik ilişkilerin geliştirilmesine yönelik girişimlerdeki artış, bu iki ülkeye yönelik karşılaştırmalı bir analizin literatüre katkı sağlayacağı fikrini gündeme getirmektedir. Ancak yine de Türkiye'deki kurumların ekonomik açıdan Kuzey Makedonya'daki kurumlarla karşılaştırıldığında daha yüksek bir ekonomik hacme sahip olduğunun da altı çizilmelidir. Araştırmadan elde edilen bulgular kurumların kapsamı ve büyüklüğü ile yıllık ciroları ile de ilişkilendirilebilmektedir. Türk kurumlarına kıyasla, Kuzey Makedon kurumları genellikle daha küçük ve daha sınırlı faaliyet alanına sahiptir.

Araştırma bulguları Kuzey Makedonya'daki kurumların Türkiye'deki kurumlarla kıyaslandığından sürdürülebilirlik yönetimi faaliyetlerine yeterli düzeyde adapte olmadığını ve kurumsal sürdürülebilirlik iletişimini yeterli düzeyde yürütmediğini göstermiştir. Kuzey Makedonya'daki kurumların Türkiye'deki kurumlarla karşılaştırıldığında daha az sayıda sürdürülebilirlik faaliyetini hayata geçirdiğinin ve iletişimini sürdürme noktasında eksikliklere sahip olduğunun tespiti, bu ülke uygulamalarının geliştirilmesi gerekliliğine yönelik saptamanın dayanağını oluşturmaktadır. Ayrıca, raporların birçoğu ayrı "Sürdürülebilirlik Raporları" olarak sunulmayıp "Faaliyet Raporu"na dahil edildiğinden, raporlarda teknik eksiklikler gözlemlenmiştir. Bu tarz bulgular Kuzey Makedonya'daki kurumların sürdürülebilirliğe verdikleri önemin göstergesi olarak yorumlanabilir. Kuzey Makedonya'daki kurumlara ilişkin sürdürülebilirlik raporları, İlerleme Bildirimi (CoP) raporları olarak Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UNGCI) veri tabanından elde edilmiştir, çünkü sadece birkaç Kuzey Makedon kurumu bu raporları web sitelerine yüklemiştir. Buna karşılık, Türk kurumlarının sürdürülebilirlik raporlarına resmi web sitelerinden kolayca ulaşılabilmiştir.

Türk kurumları sürdürülebilirlik raporlarında daha kapsamlı bir yaklaşım sergileyerek yıl boyunca gerçekleştirdikleri tüm faaliyet ve uygulamaları raporlarına dahil etmişlerdir. Raporların görsel sunumu Kuzey Makedon kurumlarınkinden önemli ölçüde farklılık göstermiş ve çeşitli hususlar bütüncül bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca, çoğu Türk kurumları sürdürülebilirlik raporlarını faaliyet raporlarından ayrı bir belge olarak sunmuştur. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA'lar), Türkiye'deki raporların çoğunda belirgin bir şekilde belirtilmiş veya kurumsal sürdürülebilirlik girişimleri bu hedeflerle uyumlu hale getirilmiştir.

Raporların içeriği incelendiğinde, çevre sorunları veya çevresel sürdürülebilirlikle ilgili diğer konularla yakından bağlantılı olan bazı Kuzey Makedon kurumlarının Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından oluşturulan anlatı ve kılavuzları takip ettiği görülmüştür. "USJE Cementarnica" ve "Alkaloid" gibi bu kurumların faaliyetlerini UNDP'nin SKA'ları ile uyumlu hale getirerek gerekli tüm hususları raporlarına dahil ettikleri görülmüştür. Ancak bazı akaryakıt sektörü kurumlarının ve kurumsal faaliyetlerinin çevre üzerinde olumsuz etkileri bulunan kurumların sürdürülebilirlik çabalarına yer vermedikleri tespit edilmiştir. Örneğin OKTA kurumunun raporu, kurumun sürdürülebilirlik politika ve uygulamalarının kısa bir açıklamasından ibarettir. Buna karşılık,

başta "TÜPRAŞ" olmak üzere birçok Türk kurumu, SKA'lar doğrultusunda kaydettikleri ilerlemeyi titizlikle belgelemiş ve hedeflerini yıllık performanslarıyla uyumlu hale getirmiştir.

Her iki ülkede de birkaç kurum üç yılı kapsayan eksiksiz raporlar sunmamış olsa da kurumların çoğunluğunun sürdürülebilirliğin sosyal, çevresel ve ekonomik boyutlarını ele aldığı dikkat çekmektedir. Her iki ülkedeki kurumların sürdürülebilirlik uygulamaları bağlamında bir kıyaslama yapıldığında Türkiye'deki kurumların sürdürülebilirlik girişimlerine kurumsal faaliyetleri kapsamında daha ayrıcalıklı bir önem atfettiği, çoğunlukla sürdürülebilirlik çabalarını içeren spesifik bir kurumsal sürdürülebilirlik raporlamasına başvurdukları görülmektedir. Ayrıca Türkiye'deki kurumlar tarafından gerçekleştirilen sürdürülebilirlik faaliyetleri sayıca Kuzey Makedonya kurumları tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerden de fazladır. Her iki ülkenin sürdürülebilirlik uygulamaları açısından sahip olduğu benzer yön ise odaklandıkları sürdürülebilir kalkınma amaçları açısından dır. Her iki ülke kurumları da amaçlar için iş birliği, sorumlu tüketim ve üretim, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme şeklindeki sürdürülebilir kalkınma amaçlarına yoğunlaşmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen raporlar, çalışmanın araştırma bulgularının sunulduğu ve genel değerlendirmelerin yapıldığı kısımlarında detaylıca aktarıldığı üzere, Türkiye ve Kuzey Makedonya'daki sürdürülebilirlik çabalarına yönelik mevcut durumu ortaya koymaktadır. Araştırma bulguları ayrıca her iki ülkede de daha sürdürülebilir kurumlara liderlik etmek için iletişim stratejilerinde kaydedilen ilerleme ve iyileştirmeleri göstermek ve karşılaştırmak için önem taşımaktadır.

Günümüzün kurumsal yönetim anlayışında, sürdürülebilirlik yönetimi artık gönüllü bir girişim değil, gelecek nesiller için daha iyi bir yarını şekillendirmenin önemli bir bileşenidir. Toplum, iş uygulamalarında değişiklikler talep etmekte, çevresel ve sosyal hususlara öncelik veren sürdürülebilir yaklaşımların şekillendirilmesini ve uygulamaya aktarılmasını beklemektedir. Kurumsal iletişim, bu sürdürülebilir faaliyetleri kurumsal stratejilere dahil etmek, paydaş katılımını sağlamak ve güveni artırmak için güçlü bir araç olarak hizmet vermektedir. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırmanın bulguları, Türkiye ve Kuzey Makedonya'daki kurumların çabalarına ışık tutmakta ve sürdürülebilirliğe yönelik uygulamaların durumunu sorgulamaktadır. Çalışmanın kurumsal iletişim ve kurumsal sürdürülebilirlik arasındaki bağlantıyı tesis etmesi ve Türkiye ile Kuzey Makedonya olmak üzere iki ülke arasında karşılaştırmalı analize dayanması nedeniyle önem taşıdığı ve alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kurumların, sürdürülebilirlik faaliyetlerini gerçekleştirerek ve bu uygulamalara yönelik iletişimlerini sürdürerek daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunacakları ve bununla birlikte hedef kitle desteği, güveni ile itibar gibi kurumsal kazanımlarını elde edecekleri bilinmektedir. Gelecek çalışmalarda ise farklı ülkelerin kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerine ve sürdürülebilirlik iletişimlerine yönelik karşılaştırmalı araştırmaların yürütülmesi önerilebilmektedir. Ayrıca farklı ülkelerin hedef kitlelerinin kurumsal sürdürülebilirlik yönetimi çabalarına yönelik bakış açılarını ortaya koyan araştırmaların yürütülmesinin de alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Anbarasan, P. S. (2018). Stakeholder engagement in sustainable enterprise: evolving a conceptual framework and a case study of ITC. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 282-299.
- Antolín-López, Raqual, D. C. & Javier, M. I. (2016). Deconstructing corporate sustainability: a comparison of different stakeholder metrics. *Journal of Cleaner Production*, 136, 5-17.
- Argenti, P. A. (2007). *Corporate communication*. New York: McGraw Hill.
- Atkinson, G. (2000). Measuring corporate sustainability. *Journal of Environmental Planning and Management*, 43, 235-252.
- Boros, A. & Fogarassy, C. (2019). Relationship between corporate sustainability and compliance with state-owned enterprises in Central-Europe: a case study from Hungary. *Sustainability*, 11(20), 1-20.

-
- Boztepe Taşkıran, H. (2022). Kamusal halkla ilişkiler bağlamında belediyeler ve sürdürülebilirlik uygulamaları: Türkiye'deki büyükşehir belediyeleri üzerine bir inceleme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, Özel Sayı*, 31-53.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society Review*, 38(3), 268-295.
- Carroll, A. B. & Buchholtz, A. K. (2017). *Business & society: ethics, sustainability & stakeholder management*. Boston: Cengage Learning.
- Ceulemans, K., Lozano, R., Alonso-Almedia, M. (2015). Sustainability reporting in higher education: interconnecting the reporting process and organizational change management for sustainability. *Sustainability*, 7(7), 8881-8903.
- Cho, M., Park, S. Y. & Kim, S. (2021). When an organization violates public expectations: a comparative analysis of sustainability communication for corporate and nonprofit organizations. *Public Relations Review*, 47, 1-9.
- Christensen, L. T. & Cornelissen, J. (2011). Bridging corporate and organizational communication: review, development and a look to the future. *Management Communication Quarterly*, 25(3), 383-414.
- Clikeman, P. M. (2004). Return of the socially conscious corporation: how can you reap the rewards of good corporate citizenry? Be one-and broadcast it!. *Strategic Finance*, 85(10), 22-27.
- Cornelissen, J. (2008). *Corporate communication: a guide to theory and practice* (2nd edition). London: Sage Publications.
- Dyllick, T. & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 11(2), 130-141.
- Forman, J. & Argenti, P. A. (2005). How corporate communication influences strategy implementation? Reputation and the corporate brand: an exploratory qualitative study. *Corporate Reputation Review*, 8(3), 245-264.
- Frandsen, F. & Johansen, W. (2014). Corporate communication. In V. Bhatia & S. Bremmer (Eds.), *The Routledge handbook of language and professional communication* (pp. 220-236), London: Routledge.
- Garcia, S., Cintra, Y., Cassia, R., Torres, S. R. & Lima, F. G. (2016). Corporate sustainability management: a proposed multi-criteria model to support balanced decision-making. *Journal of Cleaner Production*, 136, 181-196.
- Goodman, M. B. (2006). Corporate communication practice and pedagogy at the dawn of the new millennium. *Corporate Communications*, 11(3), 196-213.
- GRI (2013). G4 Sustainability reporting guidelines: reporting principles and standard disclosures. [Available online at: <https://commdev.org/publications/global-reporting-initiative-g4-sustainability-reporting-guidelines-reporting-principles-and-standard-disclosures/>], Retrieved on April 3, 2023.
- Hahn, R. & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 59, 5-21.
- Henry, L. A., Buyl, T. & Jansen, R. J. G. (2019). Leading corporate sustainability: the role of top management team composition for triple bottom line performance. *Business Strategy and the Environment*, 28(1), 173-184.
- Hur, W-M., Kim, H. & Kim, H. (2018). Does customer engagement in corporate social responsibility initiatives lead to customer citizenship behavior? The mediating roles of customer-company identification and affective commitment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(3), 1258-1269.
- Johnson, M., Redlbahcher, F. & Schaltegger, S. (2018). Stakeholder engagement for corporate sustainability: a comparative analysis of B2C and B2B companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 659-673.
- Kantabutra, S. & Ketprapakorn, N. (2020). Toward a theory of corporate sustainability: a theoretical integration and exploration. *Journal of Cleaner Production*, 270(4), 122292.
-

-
- Krippendorff, K. (2012). *Content analysis: an introduction to its methodology*. 3rd edition. Sage Publications.
- Lozano, R., Nummert, B. & Ceulemans, K. (2016). Elucidating the relationship between sustainability reporting and organizational change management for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 125, 168-188.
- Margolis, J. D., Elfenbein, H., A. & Walsh, J. P. (2007). Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. [Çevrim-içi: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1866371], Erişim tarihi: 21 Mart 2023.
- Margolis, J. D. & Walsh, J. P. (2003). Misery loves companies: rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268-305.
- Mengü, S. & Güçdemir, Y. (2013). Reflections of corporate communication activities of the companies in Turkey in the media: an analysis pertaining to the companies in Capital 500. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 44, 99-115.
- Metin, O. & Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: iletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), Özel Sayı, 273-294.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. 2nd edition. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Nakra, P. (2000). Corporate reputation management: "CRM" with a strategic twist?. *Public Relations Quarterly*, 45(2), 1-3.
- Shrivastava, P. (1995). The role of corporations in achieving ecological sustainability. *Academy of Management Review*, 20(4), 936-960.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı (2023). Türkiye-Kuzey Makedonya ilişkileri. [<https://www.mfa.gov.tr/turkiye-makedonya-cumhuriyeti-siyasi-iliskileri-.tr.mfa>], Erişim tarihi: 05 Eylül 2023.
- Thijssens, T., Bollen, L., Hassink, H. (2016). Managing sustainability reporting: many ways to publicsh exemplary reports. *Journal of Cleaner Production*, 136, 86-101.
- Toppinen, A. & Korhonen-Kurki, K. (2013). Global reporting initiative and social impact in managing corporate responsibility: a case study of three multinationals in the forest industry. *Business Ethics: A European Review*, 22(2), 202-217.
- Tuna, Ö. & Besler, S. (2015). Kurumsal sürdürülebilirlik anlayışı ve uygulamaları: örnek olay çalışması. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 52, 173-199.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 95-105.
- Van Riel, C. B. (1995). *Principles of corporate communication*. London: Prentice Hall.
- Van Riel, C. B. (2003). Defining corporate communication. In P. S. Bronn & R. Wiig (Eds.), *Corporate communication: a strategic approach to building reputation* (pp. 3-27), Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Van Riel, C. B. & Fombrun, M. C. (2007). *Essentials of corporate communication*. London: Routledge.
- Wang, Q., Dou, J. & Jia, S. (2016). A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: the moderating effect of contextual factors. *Business & Society*, 55(88), 1083-1121.
- WBCSD (2002). *Sustainable Development Reporting: Striking the Balance*, World Business Council for Sustainable Development. [Available online at: <https://www.wbcsd.org/Programs/Redefining-Value/Reporting-matters/Resources/Sustainable-Development-Reporting-Striking-the-balance>], Retrieved on May 1, 2023.
- WCED (1987). *Our Common Future*. [Available online at: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>], Retrieved on May 29, 2023.
- Wrench, J. S. & Punyanunt-Carter, N. (2012). *An introduction to organizational communication*. Open Educational Resource (OER)-Unsyiah Library.
-

Extended Abstract

Aim and Scope

Today, the importance of sustainability has been recognized by corporations. Sustainability has become a fundamental component of corporate strategies and practices due to their contributions of business and communication goals of corporations. In recent years, corporations have moved away from structure that focuses only on corporate gains and have started to be more engaged with the effects of their corporate activities on the world, society and also future generations. In this way, corporations have integrated corporate sustainability practices into their business and communication aims and aligned their performance with environmental and social targets. Thus, corporations started to take initiatives to contribute to the society in line with their responsibilities towards the society in which they operate and also for future generations.

The United Nations Development Program (UNDP) has played a significant role in shaping the concept of sustainability for corporations. UNDP provides guidance and frameworks that help corporations to develop their sustainability strategies and to effectively communicate about sustainability practices with their stakeholders. UNDP's Sustainable Development Goals (SDGs) present a roadmap that many corporations accept as a guide while shaping their sustainability practices.

As a strategic management function, corporate communication plays an important role in aligning the strategies and practices of corporations with the expectations of the publics. Sustainability management practices of corporations are evaluated within the scope of corporate communication. Corporate communication, on the one hand, creates the basis for corporations to implement their sustainability strategies and practices, and on the other hand, ensures the successful management of sustainability communication.

The aim of this study is to examine sustainability management practices from the perspective of corporate communication and also to make a country-based comparison. In line with the research carried out within the scope of the study, it is aimed to compare the sustainability management practices of corporations from Türkiye and North Macedonia countries. The comparative analysis is based on UNDP's SDGs. The research aims to reveal the current situation regarding sustainability practices and sustainability communication by analyzing the sustainability practices of corporations in Türkiye and North Macedonia. It is also among the aims of the research to determine which of UNDP's sustainability goals is focused on in sustainability practices. In line with these purposes, the research is expected to answer following questions:

1. Which of the UNDP's sustainable development goals do corporations in Türkiye focus on?
2. Which of the UNDP's sustainable development goals do corporations in North Macedonia focus on?
3. Does the concentration towards the sustainable development goals set by UNDP in Türkiye differ from year to year?
4. Does the concentration towards the sustainable development goals set by UNDP in North Macedonia differ from year to year?
5. In which aspects do the sustainability activities carried out in Türkiye and North Macedonia resemble and differ in the context of the sustainability objectives they focus on?
6. Does publication status of sustainability reports differ in Türkiye and North Macedonia?

Methods

In the research, the sustainability reports of corporations in Türkiye and North Macedonia were examined through the use of content analysis technique, one of the qualitative research methods. The content of the reports and the sustainability practices carried out by the corporations were analyzed to determine the extent to which corporations included the sustainability practices in their corporate communications. The analysis focused on the UNDP Sustainable Development Goals (SDGs) and how corporations matched their reports with these goals. The universe of the research consists of private sector organizations that implement corporate sustainability practices in Türkiye and North Macedonia. However, as it is not possible to analyze the sustainability activities of all private sector organizations meeting the said criteria from both countries within the scope of the

research, sampling was used. The sample of the research consisted of the first 10 corporations in the Fortune 500 List published in Türkiye in 2021, and the top 10 corporations in the Club 200 List, which is equivalent to the Fortune List in North Macedonia and was published in 2021. As a result of the preliminary examinations made within the scope of the research, it was determined that the majority of the corporations published their latest 2021 sustainability reports. For this reason, the latest corporate sustainability reports for 2019, 2020 and 2021 were included in the research.

Findings

In this section, the findings obtained within the scope of the research are presented with a general evaluation in terms of their answers to the research questions:

1. Which of the UNDP's sustainable development goals do corporations in Türkiye focus on?: The top five sustainable development goals focused on by the sustainability practices of corporations in Türkiye in 2019, 2020 and 2021 are cooperation for objectives (n=547), responsible production and consumption (n=491), decent work and economic growth (n=463), industry, innovation and infrastructure (n=447) and climate action (n=383).
2. Which of the UNDP's sustainable development goals do corporations in North Macedonia focus on?: The top five goals of sustainability practices carried out by corporations in North Macedonia in 2019, 2020 and 2021 are cooperation for objectives (n=236), responsible production and consumption (n=221), industry, innovation and infrastructure (n=212), qualified education (n=152) and accessible and clean energy (n=146).
3. Does the concentration towards the sustainable development goals set by UNDP in Türkiye differ from year to year?: It is observed that the sustainability practices carried out by corporations in Türkiye in 2019, 2020 and 2021 have increased in direct proportion to the years. While number of corporate sustainability practices carried out in 2019 was 1139, number increased to 1488 in 2020 and 1663 in 2021. It has been determined that there has been a direct proportional increase in the sustainability practices for the sustainable development goals that corporations in Türkiye focus on over the years.
4. Does the concentration towards the sustainable development goals set by UNDP in North Macedonia differ from year to year?: It is seen that the sustainability practices carried out by corporations in North Macedonia in 2019, 2020 and 2021 have increased in direct proportion to the years. While the number of corporate sustainability practices carried out in 2019 was 452, this number increased to 720 in 2020 and 782 in 2021. It has been determined that there has been a direct proportional increase in the sustainability development goals that the corporations in North Macedonia focus on over the years.
5. In which aspects do the sustainability activities carried out in Türkiye and North Macedonia resemble and differ in the context of the sustainability objectives they focus on?: When the sustainability practices of corporations in Türkiye and North Macedonia are evaluated, it is seen that Turkish corporations have implemented much more sustainability practices when compared to North Macedonian corporations. While the total number of sustainability practices of the corporations in the sample in Türkiye in 2019, 2020 and 2021 is 4290, the total number of sustainability practices of the corporations in the sample from North Macedonia is 1954. Findings in this direction can be interpreted as corporations in Türkiye attach more importance to sustainability practices in their corporate governance and corporate communication strategies when compared to corporations in North Macedonia. Despite this numerical difference, it has been revealed by the findings of the research that the corporations of both countries have a similar perspective with each other in the context of the sustainability goals they focus on. Corporations of both countries have focused more on SDG areas such as cooperation for objectives, responsible consumption and production, decent work and economic growth, industry and innovation and infrastructure. It has seen that both countries focus less on SDGs such as ending poverty, ending hunger and underwater life.
6. Does publication status of sustainability reports differ in Türkiye and North Macedonia?: There are differences between two countries regarding the publication of sustainability reports. The

majority of corporations in North Macedonia have included sustainability practices in their annual reports. The majority of Turkish corporations present their sustainability activities in the form of sustainability reports and publish them on their official websites. It has been revealed that only a few of the corporations included in the sample from Türkiye in publish their sustainability practices in their annual reports. The finding of the research in this direction can be interpreted as that corporations in Türkiye attribute a privileged importance and priority to sustainability practices in terms of their corporate activities.

Conclusion

Today, corporations have to adapt to a new corporate governance approach, which requires assuming responsibilities towards the society in which they operate, their publics, the environment and future generations, in addition to their economic responsibilities. Corporate sustainability is of paramount importance for effective corporate communication and these two concepts are deeply interconnected. Corporate sustainability forms the basis of effective corporate communication in today's dynamic business environment. It is known that corporations will contribute to a more sustainable future by implementing sustainability practices and maintaining their communication regarding these practices, and in addition, they will achieve corporate gains such as public support, trust and reputation.

In this direction, it is thought that this study is important and will contribute to the literature because it establishes the link between corporate communication and corporate sustainability and is based on a comparative analysis between two countries, Türkiye and North Macedonia. The findings obtained from the research showed that the corporations in North Macedonia were not sufficiently adapted to the sustainability management practices and did not carry out the corporate sustainability communication adequately, as compared to the corporations in Türkiye. The fact that the corporations in North Macedonia have implemented fewer sustainability activities and have deficiencies in maintaining their communication, compared to the corporations in Türkiye, constitutes the basis of the determination regarding the necessity of developing these country's practices.

In future studies, it is recommended to conduct comparative studies on corporate sustainability practices and corporate sustainability communications of different countries. In addition, it is thought that conducting research that reveals the perspectives of publics of different countries on corporate sustainability management practices will also contribute to the literature.