

Boran, Tuğçe. (2023). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Raporlamasında Küresel Standartlara Yönelik Kavramsal Bir İnceleme, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2023 Güz -02- (56-77)

# KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLAMASINDA KÜRESEL STANDARTLARA YÖNELİK KAVRAMSAL BİR İNCELEME

## A CONCEPTUAL REVIEW OF GLOBAL STANDARDS IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SUSTAINABILITY REPORTING

Tuğçe BORAN<sup>a</sup>

Doi: 10.53281/kritik.1357822

<sup>a</sup>Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Bölümü, tugceboran@sakarya.edu.tr, 0000-0001-5674-4090

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale:

Gönderim Tarihi: 10.09.2023

Ön Değerlendirme: 17.09.2023

Kabul Tarihi: 28.12.2023

#### Anahtar Kelimeler:

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu, Sürdürülebilirlik Raporu, Sosyal Sorumluluk Standartları, Kurumsal Sorumluluk Çerçeveleri

#### Key Words:

Corporate Social Responsibility Report, Sustainability Report, Social Responsibility Standards, Corporate Responsibility Frameworks

### ÖZET

Globalleşmenin etkisiyle üretim süreç ve yapılarında meydana gelen değişimlere ek olarak farklı özellikler gösteren pazarlarda var olma çabası rekabeti şekillendirmiş ve teknolojinin de yaygın kullanımıyla birlikte iş dünyası yeni kavramlarla tanışmaya başlamıştır. Bu aşamada kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilir kalkınma kavramları gündeme gelmiş ve gün geçtikçe kavramlar işletmelerin hayatında vazgeçilmez öneme sahip olmuşlardır. Varlıklarını devam ettirme hedefindeki işletmeler bugün de geçmişte olduğu gibi toplumsal sorunların aşılması, daha iyi yaşam şartları için katkıda bulduklarında ekonomik olarak sürdürülebilir olabilmektedirler. Elbette, işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamaları sırasında ve sonrasında yaptıklarını sosyal paydaşlarına anlatması, yani iletişimini yapması gerekmektedir. Sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporları, işletmelerin ekonomik, çevresel ve sosyal faaliyetlerinin boyutlarının gösterildiği, işletme içi ve dışı tüm sosyal paydaşlarına finansal ve finansal olmayan veri sunan raporlar olarak kabul edilebilecektir. Bu çalışmada; işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporlarının, sosyal paydaşlarla iletişim ve ilişki yönetimi sürecindeki önemi ve hedefleri, literatür taraması yöntemiyle incelenmiştir.

### ABSTRACT

In addition to the changes in production processes and structures with the effect of globalization, the effort to exist in markets with different characteristics has shaped competition and the business world has started to meet new concepts with the widespread use of technology. At this stage, the concepts of corporate social responsibility and sustainable development came to the fore and day by day the concepts became indispensable in the life of businesses. Businesses that aim to continue their existence can be economically sustainable today, as in the past, when they contribute to overcoming social problems and better living conditions. Of course, businesses should tell their social stakeholders what they do during and after social responsibility practices, that is, they should communicate. Social responsibility and sustainability reports can be accepted as reports that show the dimensions of the economic, environmental and social activities of the enterprises and present financial and non-financial data to all social stakeholders inside and outside the enterprise. In this study; The importance and objectives of corporate social responsibility and sustainability reports for businesses in the process of communication and relationship management with social stakeholders were examined by literature review method.

## GİRİŞ

Ticari kuruluşlar uzun yıllardır, globalleşmenin etkisiyle birlikte az sayıda çalışmanı olan, sahibi olan kişi ya da aile tarafından yönetilen yapılardan yüzlerce kişiyi istihdam eden çok uluslu şirketlere dönüşmeye başlamıştır. Odabaşı (2022, s. 135) dünyanın son 250 yılda tarım toplumundan endüstrileşmeye oradan da endüstri ötesine ve küresel tüketimcilik dönemine geçtiğini belirtmiştir.

Üretim süreç ve yapılarında meydana gelen değişimlere ek olarak farklı özellikler gösteren pazarlarda var olma çabası rekabeti şekillendirmiş ve teknolojinin de yaygın kullanımı ile birlikte iş dünyası bazı yeni kavramlarla tanışmaya başlamıştır. Kurumsal yönetim kavramı bu kavramlardan biri olarak karşımıza çıkmıştır. Kurumsal yönetim yaklaşımının temel noktalarından biri hissedarlarının güvenini sağlamak isteyen işletmelerin, finansal ve finansal olmayan verileri paylaşmaları olarak ifade edilebilecektir. Yatırımcılar için hazırlanan bu verilerin anlaşılır ve şeffaf olması karşılıklı güvenin sağlanması ve sürdürülmesi açısından önemli kabul edilmektedir. Ancak paylaşılan verilerin sadece yatırımcılara yönelik olması, işletmenin diğer paydaşlarına yönelik veri akışının eksik kalacağı durumuna işaret etmektedir ki günümüzde başta yatırımcılar olmak üzere hiçbir grup, işletmenin tüm paydaş grupları ile ilişkilerini iyi yönetmesi gerektiğini unutmamalıdır. Bu aşamada kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilir kalkınma kavramları ile de tanışılmış ve gün geçtikçe kavramlar işletmelerin hayatında vazgeçilmez bir öneme sahip olmuşlardır.

Nobel ödüllü iktisatçı Milton Friedman'ın, toplumdaki sınırlı kurumsal sorumluluğun belki de en sadık savunucusu olduğu ve Friedman'ın kariyeri boyunca benimsediği (Friedman, 1962, 1970) temel argümanının; hissedarlar için kârı maksimize etmenin ticari firmaların topluma karşı tek sorumluluğu olduğu bilinmektedir (akt. Galbreath, 2011, s. 89). İşletmelerin amaçlarının sadece kârlarını arttırmak olduğu dönem oldukça geride kalmıştır ve çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan sürdürülebilir faaliyet gösterebilmek bugün işletmelerin en önemli gündemini oluşturmaktadır. Ticari bir işletmenin günümüzün rekabet ortamında var olmaya devam edebilmesi ve yatırım çekmesi hem yenilikçi olabilmesi hem de toplumun desteğini alabilmesine bağlıdır. Bu gerekçe ile işletmeler toplumsal konularda görev almakta ve gönüllü olarak sosyal, çevresel sürdürülebilirlik faaliyetlerinde bulunmaktadır. Galbreath (2011, s. 95) Carroll ve diğer kurumsal sosyal sorumluluk akademisyenlerinin çalışmalarının nihai olarak öne sürdüğü şeyin, firmaların topluma karşı kâr maksimizasyonunun ötesinde sorumlulukları olduğunu vurgulamaktadır.

Elbette, işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamaları sırasında ve sonrasında yaptıklarını toplumun geniş kesimlerine (tüm sosyal paydaşlarına) anlatması yani iletişimini yapması gerekmektedir. Kurumsal raporlama, işletmelerin dahili ve harici sosyal paydaşlarıyla iletişim kurmak için kullandığı en önemli kurumsal iletişim araçlarından biri olarak değerlendirilebilecektir. Finansal ve finansal olmayan verilerin raporlanması olan kurumsal raporlama birçok aşamadan geçerek günümüze gelmiştir.

İşletmelerin performansının izlenebilmesi için -kurumsal raporlama çatısı altında- hem finansal hem de finansal olmayan raporlara ihtiyaç duyulmaktadır. Finansal raporlar muhasebe çalışmalarının sonunda oluşmaktadır. Bu raporlar sosyal, çevresel vb. konular hakkında bilgileri içermezler. Finansal raporlamanın temel amacı, çoğunlukla yatırımcılara işletmeyle ilgili mali bilgiler sunmaktır. Elbette finansal raporlar bu yönü ile diğer sosyal paydaşların ilgisini çekmezler. Bu aşamada karşımıza kurumsal sosyal sorumluluk raporları çıkmaktadır. Sosyal sorumluluk raporları, işletmelerin ekonomik, çevresel ve sosyal faaliyetlerinin boyutlarının gösterildiği işletme içi ve dışı tüm sosyal paydaşlara, finansal ve finansal olmayan bilgi sunan raporlar olarak kabul edilebilecektir.

Literatür incelendiğinde kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması ifadesi haricinde sürdürülebilirlik raporlaması kavramı ile de karşılaşılmaktadır. Önce vd. (akt. Ertan, 2018, s. 464) 2000’li yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması adıyla ortaya çıkararak günümüze kadar gelişerek varlığını sürdüren sürdürülebilirlik raporlamasıyla bilgi kullanıcılarının, işletmelerin ekonomik, çevresel ve sosyal faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olabildiklerini aktarmaktadır. Aynı şekilde Kurt’da (2018, s. viii) dış paydaşlara için hazırlanan kurumsal raporlamaları ele alarak bunları; finansal raporlama, kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması, kurumsal yönetim ve raporlaması, sürdürülebilirlik raporlaması, faaliyet raporlaması ve entegre raporlama olarak sıralamaktadır. Cecil (2008, s. 44) ise kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının Amerika Birleşik Devletleri’nde düzenlemeye tabi olmadığı için, raporlama için gerekli çerçevenin şu anda mevcut olmadığını belirtmektedir. Yazar ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması çatısı altında 'çevresel raporlar', 'sosyal raporlar', 'iklim değişikliği raporları', 'karbon raporları', 'üçlü bilanço raporları' ve 'sürdürülebilirlik raporları' gibi birçok farklı tür ve isimde rapor bulunduğunu açıklamaktadır. Hys ve Hawrysz (2012, s. 1519) ise kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasını belirlemek için; kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması, sürdürülebilirlik raporlaması veya ESG raporlaması (çevresel, sosyal ve yönetim) gibi farklı terimlerin kullanıldığını belirtmektedirler.

Sürdürülebilirlik raporları, işletme faaliyetlerinin ekonomik, çevresel ve sosyal yönlerinin kamuya iletilmesini sağlayan araçlar olarak tanımlanabilecektir. İşletmelerin hazırladığı bu raporların görevi toplumsal sorumluluklarını hangi ölçüde yerine getirildiklerini paydaşlarla aktarmaktır. Bu anlatma çabasının altında elbette kurumsal hedefler yer almaktadır.

Bu araştırmanın konusunu ‘sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporları’ oluşturmaktadır. Bu nedenle araştırmaya başlamadan önce konuya ilişkin olarak Google akademik üzerinden bir araştırma yapılmıştır. Yapılan bu ön araştırmada herhangi bir tarih kısıtı konmamıştır. Bu doğrultuda ‘Kurumsal Sosyal sorumluluk raporlaması ya da sosyal sorumluluk raporlaması’ kelimeleri geçen makalelerin 2006 yılından itibaren olduğu; Başar & Başar (2006) “Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Türkiye’deki Durumu”; Kağncıoğlu (2009) “Sosyal Sorumluluk Raporlarında Çalışma ve İstihdam Göstergeleri”;

Yanık & Türker (2012) “Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Raporlamasındaki Gelişmeler (Tümleşik Raporlama)”; Başar (2014) “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul’da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma”; Parlakkaya; Akmeşe & Akmeşe (2016) “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasını Etkileyen Faktörler: Borsa İstanbul Örneği”; Öztürk & Öktem (2016) “Sosyal Sorumluluk Raporlamasından Beklenen Kısa ve Uzun Dönemli Faydaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları Çerçevesinde Tartışılması”; Soysal (2018) “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Türk Şirketleri Üzerine Bir İçerik Analizi”; Öztürk & Marşap (2018) “Türk Bankacılık Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması Farkındalık Düzeyi”; Şen & Hatunoğlu (2019) “Telekomünikasyon Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması: ABD, İngiltere ve Türkiye Vakası” olmak üzere sadece 9 tane olduğu tespit edilmiştir. Bu elbette kurumsal sosyal sorumluluk gibi oldukça gündemde olan bir konu için az çalışılmış bir alana işaret etmektedir. Bu araştırma sürecinde işletmelerin topluma yönelik yaptıkları sorumluluk uygulamalarının raporlanması konusunda farklı başlıklara yer verildiği gözlemlenmiştir. Bunlar; sosyal sorumluluk raporlaması, kurumsal sorumluluk raporlaması, sürdürülebilir kalkınma raporlaması, sosyal sorumluluk çevre/etkileri raporlaması, sürdürülebilirlik raporu, sürdürülebilir kalkınma kapsamında çevresel faaliyet raporlaması. Bu nedenle yine tarih kısıtı koymadan Google akademik üzerinden ‘sürdürülebilirlik raporlaması’ geçen başlıklar taranmıştır. Bu başlığa yönelik ise 2012 yılından günümüze makaleler yazıldığı gözlemlenmiştir. Bu makaleler; Özsoğün Çalışkan (2012) “Sürdürülebilirlik Raporlaması”; Tanç & Gümrah (2015) “Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Çevresel Performans: Borsa İstanbul’da Bir Uygulama”; Adalessossi; Demirel Utku; Çavuşoğlu; Almasri & Gezer (2015) “Dört Ülkedeki Sürdürülebilirlik Raporlaması Uygulamaları: Türkiye, Hindistan, Almanya ve Brezilya”; Karataş Çetin; Varan & Fıskın (2015) “Sürdürülebilirlik Raporlamasında Paydaş Katılımı: Türkiye’deki Firmaların Analizi”; Özdemir & Pamukçu (2016) “Kurumsal Sürdürülebilir Raporlama Sisteminin Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi Kapsamındaki İşletmelerde Analizi”; Güvemli; Yaz & Aydın (2016) “Mali Tabloların Çağdaşlaşması ve Sürdürülebilirlik Raporlamaları Karşısında Türk Muhasebe Düşüncesindeki Gelişmeler”; Saban; Küçüker & Küçüker (2017) “Kurumsal Sürdürülebilirlik ile İlgili Raporlama Çerçeveleri ve Sürdürülebilir Raporlamada Muhasebenin Rolü”; Düzer & Önce (2017) “Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Finansal Performans: Bist’te İşlem Gören Şirketler İçin Karşılaştırmalı Bir Analiz”; Okan Gökten (2017) “Su Muhasebesi ve GRI 303 Su 2016 Sürdürülebilirlik Raporlaması Standardı”; Senir & Büyükkeklik (2017) “Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Lojistik Şirketler Üzerine Bir Uygulama”; Ekeril & Özgür Gode (2017) “Küresel Raporlama Girişimi (GRI) Standartlarına Göre Seçilen Otellerin Sürdürülebilirlik Raporlarının Analizi ve Değerlendirilmesi”; Ertan (2018) “Türkiye’de Sürdürülebilirlik Raporlaması (2005-2017)”; Battal (2018) “Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Entegre Raporlama: Türk Hava Yolları ve Güney Afrika Hava Yolları İncelemesi”; Yüksel; Kayalı & Kayalı (2018) “Sürdürülebilirlik Raporlaması ve XBRL”; Gümrah & Güngör Tanç (2018)

“Sürdürülebilirlik Raporlarının İçerik Kalitesi: BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bir Uygulama”; Yıldırım; Uzun Kocamış & Kuzu (2018) “Finansal Performansın Sürdürülebilirlik Raporlaması Üzerine Etkisi: BIST 100 Şirketleri Üzerinde Bir İnceleme”; Şahin; Çankaya & Karakaya (2018) “Sürdürülebilirlik Raporlarının Sektörlere ve Yıllara Göre Analizi”; Şahin & Çankaya (2018) “Türkiye’de GRI Rehberine Göre Hazırlanan Sürdürülebilirlik Raporlarının İçerik Analizi”; Şahin & Çankaya (2018) “ Kobi’lerde Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Türkiye Örneği”; Gerekan & Bulut (2018); “Sürdürülebilir Sosyal Sorumlulukta Üç Boyutlu Raporlama: Türkiye’de Sürdürülebilirlik Raporu Yayınlayan Bankalar Üzerine Bir Araştırma”; Özerhan & Sultanoğlu (2018) “Sürdürülebilirlik Raporu Kapsamında Çevresel Bilgilerin Raporlanması ve Güvence Denetimi”; “Demirel Arıcı (2018) “Entegre Raporlama Yolculuğunda Sürdürülebilirlik Raporlamasının Rolü: OECD ve Türkiye Karşılaştırması”; Aksoy (2019) “İşletmelerde Sürdürülebilirlik Raporlama Çerçevesi”; Gümrah & Büyükipekçi (2019) “Türkiye’de Sürdürülebilirlik Raporlaması: 2008-2017 Yılları Arası Yayınlanmış Sürdürülebilirlik Raporlarının İncelenmesi”; Öktem (2019) Sürdürülebilirlik Raporlamasında Ölçüm Parametreleri KPI’lar (Temel Performans Göstergeleri): Bankacılık Sektöründe Analiz; Tuan (2019) “Yönetim Kurulu Özelliklerinin Sürdürülebilirlik Raporlarına Etkisi: Borsa İstanbul Örneği”; Atabay (2019) “Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporları ve Güvence Denetimi: Türkiye’de GRI Rehberine Göre Raporlama Yapan Firmalar Üzerinde Bir Araştırma”; Özmen; Karakoç & Yeşildağ (2020) “Sürdürülebilirlik Raporlaması: BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan Şirketler Üzerine Bir Uygulama”; Önce & Çavuş (2020) “Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Finansal Raporlama Kalitesi İlişkisi: Bist’e Kote İmalat İşletmelerinde Araştırma”; Şendurur (2020) “Sürdürülebilirlik Raporlaması Hakkında Üniversite Öğrencilerinin Algı Düzeylerinin Ölçülmesi: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Örneği”; Kevser & Doğan (2020) “Yönetim Kurulu Yapısı ve Sürdürülebilirlik Raporu Uyumu: Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Araştırma”; Yeşilçelebi (2020) “Türkiye’de Faaliyet Gösteren Bağımsız Denetim Kuruluşlarının Sürdürülebilirlik Açıklamaları: Sürdürülebilirlik Raporlarının İçerik Analizi”; Sultanoğlu & Akdoğan (2020) “IIRC Çerçevesi Kapsamında Entegre Raporlardaki İçerik Öğelerinin Türkiye ve Uluslararası Karşılaştırılması ve Entegre Raporların Düzenlenmesinde Sürdürülebilirlik Raporlarındaki Bilgilerin Kullanımı”; Celayir (2020) “Kurumsal Yönetim Açısından Sürdürülebilirlik Raporlarının Güvencesi ve Borsa İstanbul (BIST) Sürdürülebilirlik Endeksi Üzerinde Bir İnceleme”; Ateş (2021) “GRI Uyumlu Sürdürülebilirlik Raporlamasında Firma Düzeyinde Belirleyici Faktörler”; Deren Van Het Hof & Hoştut (2021) “Türkiye’de Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Kurumsal İtibar”; Öktem & Karabınar (2022) “SASB Raporu Yayınlayan Şirketlerin Finansal Başarısızlıkları ile Sürdürülebilirlik Raporları Arasındaki İlişkinin Analizi”; Temiz; Şeker & Özdemir (2022) “Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Bağımsız Güvence Kararlarının Belirleyicileri”; Öktem & Öktem (2022) “Sürdürülebilirlik Raporlamasının IFRS Kapsamında Değerlendirilmesi: Uluslararası Sürdürülebilirlik Standartları Kurulu”; Açıkgöz (2022) “Sürdürülebilirlik Raporlamasının Piyasa Riski ve Volatilité Yayılmaları Üzerinde Etkisi”; Dağıstanlı & Dağıstanlı (2023) “Sürdürülebilirlik

Raporlaması ve Firma Performansı: BIST Sürdürülebilirlik Endeksi Üzerine Bir Uygulama”; Beyazyol & Ataman Gökçen (2023) “Sürdürülebilirlik Raporlaması ve BIST Sürdürülebilirlik Endeksine Tabi Şirketlerde Bir Araştırma”; Dönmez & Taşkın (2023) “İşletmelerin Çevresel Duyarlılıklarının Sürdürülebilirlik Raporlarına Yansıma Düzeyi: İlaç Endüstrisinde Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlarının İçerik Analizi” olarak sıralanabilmektedir. Bu çalışmaya yönelik gerçekleştirilen ön araştırmada başlığında ‘sosyal etki raporu’ kavramına yer veren makale olmadığı da saptanmıştır.

Bu çalışmanın amacı; işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporlarının, sosyal paydaşlarla iletişim ve ilişki yönetimi sürecindeki önemini ortaya koymak olarak belirlenmiştir. Zira yapılan araştırmalar sosyal raporların gitgide artan bir ivmeyle gündem oluşturmaya devam edeceğini göstermektedir. KPMG- International Survey of Corporate Responsibility Reporting (akt. Noronha vd., 2013, s. 30) sosyal raporlamada küresel bir yükseliş eğilimi olduğunu, G250 şirketleri arasında öne çıkan raporlama türünün de çevre, sağlık ve güvenlik raporlamasından (%73) sürdürülebilirlik raporlamasına (%68) dönüştüğünü vurgulamaktadır.

Bununla birlikte çalışma öncesinde gerçekleştirilen ön araştırmada da; alana yönelik en eski çalışmanın 2006 yılında olması ve konuya yönelik az sayıda makale üretilmiş olduğunun tespit edilmesi çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporlamasının literatür taraması yöntemiyle, geniş bir perspektiften incelenmesi planlanmıştır.

## 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Kavramları

Ticaret var olduğundan beri; topluma, mal ve hizmet satarak varlıklarını sürdüren işletmelerin toplumun sosyal ihtiyaçlarını karşılama sorumluluğu olduğu ve bu sorumluluklarını farklı uygulamalarla (çalıştırmak, burs vermek, okul boyatmak ya da inşa etmek vb.) yerine getirdiği bilinmektedir. Bu uygulamalar, sanayileşmenin getirdikleri ile birlikte biçim değiştirmiş ve 1950’lerden itibaren çalışmalarının profesyonelce planlandığı bir alan olarak ele alınmaya başlanmıştır. Günümüzde kurumların, ekonomik faaliyetlerini sürdürerek kârlılık sağladıkları topluma karşı sosyal sorumlulukları olduğu bilinmektedir. Geçmişten bugüne uygulama alanını genişleterek gelen kurumsal sosyal sorumluluğun son yıllarda sıklıkla işletmelerin gündemini oluşturan sürdürülebilirliğe doğru yönelimin başlangıç noktasını oluşturduğu görülmektedir.

Bu aşamada, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tanımlanması doğru olacaktır. Cecil (2008, s. 43) kurumsal sosyal sorumluluğu, sosyal sorumluluk ilkeleri, sosyal yanıt verme süreci ve şirketler tarafından sosyal sorunları ele almak için tasarlanan politikalar ve programlar arasındaki etkileşimi içeren çok boyutlu bir yapı olarak açıklamaktadır. Frederick’e göre (akt. Bronn ve Vrioni, 2015, s. 212) kurumsal sosyal sorumluluk; kurumsal, sosyal açıdan sorumlu politikalara, kararlara ve programlara

rehberlik eden değerlerin kültür, din, eğitim vb.'ye bağlı olarak çeşitli normatif sistemlerin ürünleridir ve bir şirketin ahlaki gelişim düzeyinin ifadesidir. Reynolds ve Yuthas (2007, s. 48) ise kavramın, şirketin topluma karşı bir görevi olduğunu savunan sosyal teori görüşünden kaynaklandığını veya bir toplum sözleşmesi olduğunu ifade etmektedir. Yazarlar, kurumsal sosyal sorumluluğun güncel iş, muhasebe ve etik literatüründe ele alındığını; geçmiş yıllarda kavram üzerinde çeşitli tartışmalar olduğunu sonra unutulduğunu bugün ise kavrama yönelik yeni odağın, şirketler tarafından yapılan sosyal, çevresel ve etik raporlamayı içerdiğini belirtmektedirler.

Sanayileşme ve akabinde teknolojinin yaygın kullanımı ile birlikte toplumsal yapıların da değişime uğradığı izlenmektedir. Golob ve Bartlett (2007, s. 1) işletmenin toplumdaki sorumlu rolüne ilişkin toplumsal beklentilerin arttığını ve kurumsal sosyal sorumluluk söylemi üzerine yapılan son araştırmaların sosyal sorumluluk uygulamalarını iyileştirmeyi, değerlendirmeyi ve iletmeyi amaçlayan çeşitli araçlarda gelişmeler olduğunu gösterdiğini belirtmektedirler.

Sosyal sorumluluk uygulamaları ilk olarak toplumun faydasına odaklanmalıdır ve koyulan hedefler ölçümlenmelidir. Bununla birlikte kurumsal iletişim sürecinde önemli bir yeri olduğu da unutulmalıdır. Bu yönü ile hayırseverlik uygulamaları ile farklılaşmaktadır. Bronn ve Vrioni (2015, s. 207) kurumsal sosyal sorumluluğun yatırım gerektirdiğini ve ölçülebilir sonuçlar verdiğini vurgulamaktadırlar. Benzer şekilde Huang ve Watson (2015, s.8-13) da kurumsal sosyal sorumluluğun sonuçlarıyla ilgili son literatürün çoğunun, kurumsal sosyal sorumluluk performansının firma değeri ile ilgili olduğu mekanizmalara dair kanıtlar sunduğunu aktarmaktadırlar. Yazarlara göre muhasebe araştırmacıları, kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasındaki ilişki ve kurumsal sosyal sorumluluk açıklama ve güvencesinin rolleri hakkında önemli bulguları belgelemişlerdir.

İşletmelere yönelik yukarıda anlatılan mali etkilerin/desteğin haricinde sosyal etkilerin de olduğu ve elbette bu etkilerin uzun vadede işletmenin sürdürülebilir ekonomik varlığına etki edeceği düşünülmektedir. Carroll ve Shabana (akt. Abernathy vd., 2017, s.27) kurumsal sosyal sorumluluğun performansı ile ilgili literatürü incelemiş; kurumsal sosyal sorumluluğun riskleri ve/veya maliyetleri azalttığını, kurumsal itibarı olumlu etkilediğini ve rekabet avantajını artırdığını ayrıca firmanın paydaşlarıyla sinerji yaratarak firma değeri yarattığını savunmuştur.

Sosyal sorumluluk konusu ile ilgili üzerinde durulması gereken diğer bir özellik ise uzun vadeli kurumsal yatırımlar olduğu yönündedir. Idowu ve Louche (2011, s. 265) kurumsal sosyal sorumluluğun, kısa vadeli kurumsal veya bireysel başarılarından ayrılması gerektiğini, ileriye dönük yaklaşımla uzun vadeli bir bakış açısıyla anlaşılması ve değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının temelinde; topluma hesap verebilmek, şeffaf olmak ve elbette toplum yararına uygulamalarda bulunmak yer almaktadır. Saw (2011, s.193-194) kurumsal

sosyal sorumluluğun; tüm işletmelerin muhasebe uygulamalarını izlemelerini, uluslararası normlara bağlılıklarını sağlamalarını ve raporlama uygulamalarının paydaşlara ve daha geniş kitlelere olan etkisinin sorumluluğunu kabul etmelerini gerektirdiğini ifade etmektedir. Bu görüşün, sosyal sorumluluk anlayışının kapsamının genişliğine vurgu yaptığı düşünülmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarının birbirleriyle yakından ilgili olduğu görülmektedir. Hys ve Hawrysz (2012, s. 1515) sürdürülebilir kalkınma ve kurumsal sosyal sorumluluk fikrinin dünyaya yayıldığını ve kurumsal sosyal sorumluluk fikrinin ortaya çıkışının, uluslararası kuruluşların sürdürülebilir kalkınmanın kurallarını oluşturmak için ortaya koyduğu çalışmaların bir sonucu olduğunu ifade etmektedirler. Her iki kavramın da temelinde önce çevre ve toplum ardından sürdürülebilir ekonomik büyüme kavramları var gibi görünmektedir. Heikkurinen de (2011, s. 136) sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen firmalar için yönetsel bir çıkarım olarak çevre stratejisinin, araçsal yaklaşım yerine farkındalık yaklaşımı doğrultusunda olması gerektiğini ifade etmektedir.

## 2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının İletişimi ve Raporlama Arasındaki Bağ

İşletmelerin (geçmişte aile işletmelerinin) uzun yıllardır toplum faydasına odaklanarak gerçekleştirdikleri toplumsal katkılarının olduğu ve bu katkıların toplum tarafından bilinmesini sağlamaya yönelik girişimleri (aile armasını koymak, ailenin soyadını ya da adını vermek vb.) olduğu gözlemlenmektedir. Bu girişimler bizlere yapılan katkıların güven sağlamak ve itibar kazanmaya yönelik girişimler olduğunu düşündürecektir. Mostovicz ve Kakabadse (2011, s. 159) kurumsal sosyal sorumluluğun amacının, işletmelerin sürdürülebilirliği için en kritik kaynaklardan biri olan güveni geri kazanmak olduğunu ifade etmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının benimsenmesinde değişen toplumsal ve ticari yapı ile karşılaşılan rekabet koşulları olduğu düşünülmektedir.

Jones ve ark. (2009) akademisyenler tarafından küresel olarak kurumsal sosyal sorumluluğun arkasındaki mevcut gücü oluşturmaktan sorumlu olarak alıntılanan çeşitli faktörlerin olduğunu iddia etmektedirler. Onlar, kurumsal sosyal sorumluluk ahlakını ve ilkelerini kurumsal faaliyetlere entegre etmek için farklı zorlayıcı faktörlere güven veren üç çalışmadan alıntı yaparlar ki bunlardan ilki Ernst ve Young'ın 2002'de sıraladığı aşağıda yer almakta olan beş temel itici güçtür. Bunlar;

1. Kurumsal etik, sosyal ve çevresel davranış konusunda daha fazla paydaş farkındalığı
2. Doğrudan paydaş baskıları
3. Akran baskısı
4. Yatırımcı baskısı



5. Artan bir sosyal sorumluluk duygusu (akt. Idowu ve Louche, 2011, s. xv). Yazarların belirttikleri ikinci çalışma, 2006'da Porter ve Kramer'in kurumsal sosyal sorumluluk için geçerli olan dört gerekçesidir. Bunlar;

1. Ahlak zorunluluğu

2. Sürdürülebilirlik

3. İşletme lisansı

4. İtibar (akt. Idowu ve Louche, 2011, s. xvi). Jones ve ark.'nın, Bevan ve ark.dan aldıkları kurumsal sosyal sorumluluğun dokuz potansiyel faydası vardır. Bunlar;

1. İyileştirilmiş finansal performans ve karlılık

2. Azaltılmış işletme maliyetleri

3. Şirketler ve çalışanları için uzun vadeli sürdürülebilirlik

4. Artan personel taahhüdü ve katılımı

5. İnovasyon için gelişmiş kapasite

6. Devlet ve topluluklarla iyi ilişkiler

7. Daha iyi risk ve kriz yönetimi

8. Gelişmiş itibar ve marka değeri

9. Müşterilerle daha yakın bağların geliştirilmesi ve ihtiyaçları konusunda daha fazla farkındalık (akt. Idowu ve Louche, 2011, s. xvi).

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaların hedef kitleleri ve kapsamı çok geniştir. Bu nedenle 'paydaş beklentileri' ifadesi oldukça geniş bir çalışma konusunu işaret etmektedir. Tschopp ve Nastanski (2014, s.150) son 25 yılda artan sosyal ve çevresel bilgi için bir kamuoyu baskısı oluştuğunu, bu artan kurumsal hesap verebilirlik ihtiyacına neden olan çok sayıda faktörün varlığını: artan kamu bilinci, paydaş baskısı ve tersane işçiliği ve çevresel felaketler gibi uygulamalarla ilgili sosyal kaygıları gündeme taşımaktadır. Yine paydaş beklentilerine odaklanarak kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik olarak Panayiotou ve Aravosis'in de (2011, s. 63) tüm tedarik zincirinde sosyal sorumluluğa ilişkin artan baskıya ve paydaşların beklentilerine yanıt vermeye çalışırken, daha büyük şirketler tedarikçilerinin sosyal ve çevresel standartlara uymasını sağlamak için sistem ve prosedürler uyguladılar, görüşünü belirtmektedirler.

Yukarıda da aktarılmakta olduğu gibi kurumların gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk projelerinin topluma faydaları olduğu gibi işletmelerin de kurumsal nedenlerden dolayı bu projeleri gerçekleştirdiği görülmektedir. Johnsen ve Ennals (akt. Idowu ve Louche, 2011, s. 266) modern işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden rekabet avantajları elde etmelerini değil bunun yerine hepsinin kurumsal sosyal sorumluluk eylemlerinin bir sonucu olarak büyüdüğü ve başarılı olduğu işbirlikçi avantajlar elde etmesini beklemekte olduklarını belirtmektedirler. Morsing ve Schulz (akt. Lament,

2015, s. 503-504) kurumsal sosyal sorumluluk alanında paydaşlarla üç iletişim modelini birbirinden ayırır. Bunlar aşağıda sıralanmaktadır;

1. Paydaşları bilgilendirme stratejisi – bir kuruluştan paydaşlarına tek yönlü,
2. Paydaşlara yanıt verme stratejisi – asimetrik, iki yönlü iletişim. Paydaşların almak istedikleri bilgileri almalarına rağmen, bilgi dengesizlikleri ortaya çıkabilir.
3. Paydaş katılımı stratejisi – gerekirse kurumsal değişikliklerle sonuçlanan paydaşlarla sistematik ve proaktif bir diyalog

Günümüzde bir işletme her sosyal paydaş grubu ile iletişim kurmalı ve ilişki tesis etmelidir. Konu yapılan sosyal sorumluluk projelerinin sosyal paydaşlara iletilmesine odaklandığında birçok iletişim aracından faydalandığı bilinmektedir. Elbette kurumun gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk uygulamalarını ele alan raporlar da sosyal paydaşlarla iletişim ve ilişki kurmak için dikkatle değerlendirilmelidir. Böylece topluma hesap verebilen ve şeffaf işletme algısı oluşturulabilmesi mümkün olacaktır. Golob ve Bartlett (2007, s. 1) raporlamayı daha fazla kurumsal şeffaflık ve birden çok paydaşla daha iyi etkileşim sağlayabilen önemli bir iletişim aracı veya kanalı olarak görmektedirler. Bekçi ve Konuşkan (2023, s. 11) sürdürülebilirlik raporlarıyla işletmelerin sosyal, çevresel, ekonomik ve yönetsel konularında faaliyet ve çabaları hakkında paydaşlarını bilgilendirdiği ve borsada ilgili yatırımcılara şeffaf bilgi sunmaları ve ihtiyaçları olan ürün ve hizmeti sağlamak için faaliyetler yürüttüklerini aktarırken, yazarların yatırımcıları bilgilendirme hedefine vurgu yaptığı gözlemlenmektedir. Noronha vd. de (2013, s. 30) sosyal raporlamanın şirketler tarafından sosyal sorumluluk konularının faaliyetlerine nasıl entegre edildiğini göstermek için bir araç olarak kullanılabileceğini; finansal olmayan raporlamanın yıllık faaliyet raporundan ayrı veya faaliyet raporunun bir bölümünde veya daha geniş bir paydaş grubuna göre başka şekillerde hazırlanabileceğini belirtmektedirler.

İşletmeler sosyal paydaşlarıyla bir araya gelebilecekleri her araç ve ortamı değerlendirmeye odaklanırlar. Bu aşamada Lament (2015, s. 503) kurumsal sosyal sorumluluk raporlamanın işletmenin stratejisi, sosyal politikaları ve kurumsal sosyal sorumluluk performansı hakkında bilgi verme süreci ve işletmeyle paydaşları arasında bir iletişim yolu olduğunu belirtmektedir. Benzer bakış açısıyla Noronha vd.'de (2013, s. 30) sosyal muhasebenin (hesap verme olarak da yorumlanabilir) işletmenin sosyal açıdan sorumlu faaliyetlerini teşvik ettiğini ve kurumsal sosyal sorumluluk hakkında raporlama yapmanın ilgili gruplarla iletişim kurmak için bir araç olmasına vurgu yapmaktadırlar. Bazı yazarlar ise raporlama çalışmaları ile pazarlama hedeflerini bağdaştırmaktadırlar. Örneğin Park ve Galley (2011, s. 119-120) finansal raporlama ihtiyacının yanı sıra, birçok şirketin sosyal ve çevresel performans hakkında da rapor verdiklerini; birçok sosyal ve çevresel raporun, pazarlama araçları olduğunu ifade etmektedirler.

Kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının pazarlamanın ayrıcalıkları arasında yer almasının birkaç nedeni mevcuttur. Sweeney ve Coughlan (2008) kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının çeşitli paydaş taleplerine cevap verdiğini ve bunun da raporların bir pazarlama iletişim aracı olduğunu iddia etmelerini sağladığını göstermektedir. Diğer çalışmalar, şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ve raporlamasına dahil olmasının başlıca nedeninin itibar yönetimi ve marka koruması olduğunu belirtmektedir (Arora ve Cason 1995; Bebbington ve diğerleri.2008; Brown ve diğerleri. 2009b; Luo ve Bhattacharya 2006; Mori ve Welch 2008) (akt. Nikolaeva ve Bicho, 2011, s. 137).

Sosyal sorumluluk uygulamalarında işletmelerin pazarlama ve rekabette farklılaşabilme hedefleri farklı yazarlar tarafından da dile getirilmektedir. Hys ve Hawrysz (2012, s. 1516) kuruluşların sürdürülebilir kalkınma ve sosyal sorumluluk kavramını uygulamalarının farklı nedenleri olduğunu; organizasyonlarda rekabet avantajı kaynakları arayan, rakiplerin gözlem ve analiz nesnelere olmayan yerlerde avantaj aramak için yeni standartlar, yeni ihtiyaçlar veya farklı kavramların uygulanması için hazır yöneticiler olduğunu belirtmektedirler.

Kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının gönüllülük esasına göre uygulandığı bilinmektedir. 2002'de Rikhardson vd. (akt. Başar, 2006, s. 216) işletmelerin gönüllü olarak çevresel ve sosyal etki ve performanslarını raporlamayı teşvik eden birçok faktör olduğunu açıklamaktadırlar. Onlara göre bu faktörler üç teori ile yakından ilişkilidir. Bunlar;

1. Meşruluk teorisi: Bu teori, işletmelerin sosyal ve çevresel konularını raporlamalarının işletmelerin menfaat sahiplerinin gözünde faaliyetlerini meşrulaştırdıkları ya da menfaat sahiplerinin algılarını değiştirdiklerini ifade etmektedir.

2. Kararın faydalılığı teorisi: Bu teori, farklı menfaat sahiplerinin finansal raporlarda ve diğer şirket raporlarında bulunan bilgilere ilave bilgiye gereksinim duyduklarından dolayı çevresel ve sosyal raporlamanın yapıldığını varsaymaktadır.

3. Şirket pazarlama ve iletişim teorisi: Bu teori, yönetimin etkisi ve imaj geliştirme ile ilgilidir. Bu yaklaşım şirket imajının ve itibarının işletmenin önemli varlığı olduğunu vurgulamaktadır ve bu itibarı koruyacak ve arttıracak sosyal ve çevresel performans raporlamasını içeren iletişim stratejileri aracılığıyla şirket kimliğinin nasıl geliştirileceği üzerinde odaklanmaktadır.

Sosyal sorumluluk raporlamasının kurumsal hedeflerinden yukarıda bahsedilmektedir. Raporlamaya ilişkin bir diğer konu, raporda hangi bilgi ve verilere yer verileceği konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Eccless ve Krzus (akt. Lament, 2015, s. 504) iletişim stratejisinin, aşağıdaki gibi olan kurumsal sosyal sorumluluk raporlama yöntemlerine bağlı olduğunu ifade etmektedirler. Bunlar;

1. Yıllık finansal raporların bir parçası olarak KSS bilgilerinin açıklanması,
2. Sosyal rapor, sürdürülebilirlik raporu, çevre raporu, KSS raporu gibi ayrı yayınlar,

3. Entegre raporlar–entegre raporlama, bir kuruluşun sosyal sorumluluğa gerçek bağlılığa dayanan ve tüm paydaşların ihtiyaçlarını dikkate alan bir sürdürülebilir kalkınma stratejisine sahip olduğunu göstermeye yardımcı olur.

### 3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Raporlanmasında Küresel Standartlar

Her alanda olduğu gibi birçok kavram ve uygulamanın günümüzdeki halini alana kadar geçen süreçte eksik ya da amatör girişimleri olduğu bilinmektedir. Bu durum sosyal sorumluluk raporlarının ilk uygulamaları için de söylenebilecektir. Marlin ve Marlin (akt. Tschopp ve Nastanski, 2014, s. 151) 1970'lerden 80'lerin başına kadar olan dönemin, kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının ilk aşamasını temsil ettiğini, bunların 'yeşil yıkama' raporları olduğunu ve özünde çok az şey içeren aldatıcı pazarlama araçları olan eko-pazarlama kampanyaları ile işaretlendiğini açıklamaktadırlar. Onlara göre 80'lerin sonlarında 'paydaş' terimi kullanılmaya başlandı ve 80'ler ve 90'ların başında, Body Shop, Shell Canada ve Ben & Jerry's tarafından yayınlanan daha kapsamlı raporlarla kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının ikinci aşamasına geçildi. Kadıbeşegil'de (2023, s. 53)1990 yılında Amerikalı dondurma üreticisi Ben & Jerry'sin kimsenin sürdürülebilirlik raporunu telaffuz etmediği bir dönemde, bağımsız bir yönetim danışmanlığı kanalıyla ilk sürdürülebilirlik raporunu ürettiğini belirtmektedir.

Felder (akt. Hertz Rupley vd., 2017, s. 173) ise modern gönüllü sürdürülebilirlik raporlamasının başlangıcının, Exxon Valdez petrol sızıntısına ve ardından sosyal açıdan sorumlu yatırım fonları ve çevre gruplarından oluşan bir koalisyonun kurumsal aktör tarafından çevresel risklerin daha fazla açıklanması çağrısına kadar izlenebildiğini açıklamaktadır. Yazar, sosyal yatırım profesyonellerinin Valdez sızıntısından kısa bir süre sonra 1989'da Çevreye Duyarlı Ekonomiler Koalisyonu'nu (CERES) kurduğunu, CERES'in, Valdez İlkeleri adı verilen ve genel çevresel kavramlardan özel ifşaatlara kadar değişen on ilkeden oluşan bir dizi yayınladığını ifade etmektedir.

Kurumsal raporlamanın, finansal raporlar ve finansal olmayan raporlar olarak ikiye ayrıldığı bilinmektedir. Hys ve Hawrysz (2012, s. 1519) kurumsal sosyal sorumluluk raporunun; şirket yönetimiyle ilgili bilgileri entegre ettiğini, faaliyetleriyle doğrudan ilgili sosyal ve çevresel konular da dahil olmak üzere finansal ve finansal olmayan verileri içerdiğini aktarmaktadır. Yazarlara göre rapor, şirketin faaliyetlerinde şeffaflık ve sorumluluk alma yönündeki arzusunun, paydaşlara bilgi verme, şirketin sorumlu olduğu eylem ve kararları açıklama yükümlülüğünü yerine getirme olarak anlaşılan bir ifadesi olarak tanımlanmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk alanında yapılan çalışmaların artmasıyla birlikte finansal ve finansal olmayan bilgilerin nasıl sunulacağını yönünde bir ihtiyaç olduğu görülmektedir. Tschopp (2012, s. 38) artan sayıda paydaş grubunun şirketlere sorumlu davranmaları için baskı yaptığını ve bu yöndeki ihtiyaçları karşılamak için daha fazla kurumsal sosyal sorumluluk raporlama standardı

geliştirildiğini açıklamaktadır. Bu ifadeden, farklı gruplara ait paydaşların baskılarının sosyal sorumluluk raporlama standartlarının gelişimi üzerinde etkisi olduğu anlaşılmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının, farklı nedenlerle de olsa hazırlanmaya başlanmış olduğu görülmektedir. Bu aşamada, zamanla farklı ülke ve sektörlerde değerlendirme ve raporlama kriterlerine yönelik ihtiyaç olduğu görülmektedir. Noronha vd. (2013, s. 30) mali olmayan kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının genellikle gönüllülük esasına göre hazırlandığını, bazı ülkelerin ise bu konuda zorunlu açıklamalar yapmak için yönetmelikler yayınladığını açıklamaktadırlar. Hys ve Hawrysz (2012, s. 1516) kurumsal sosyal sorumluluk gereksinimlerinin dünyadaki gelişim tarihinde, kuruluşların davranışlarına ilişkin raporların oluşturulması için ulusal ve daha sonra uluslararası standartların büyük önem taşıdığını aktarmaktadırlar. Yazarlar 1980'li yıllarda ABD ve İngiltere'deki yatırım fonlarının şirketleri sosyal sorumluluk davranışları açısından analiz ettiğini ve 90'larda sosyal rapor fikrinin dinamik bir şekilde geliştiğini açıklarlar. Hys ve Hawrysz, 1992'de Brezilya'nın Rio de Janeiro kentindeki Dünya Zirvesi'nin çarpıcı olduğunu ve 2002'de Dünya Zirvesi sırasında sürdürülebilir kalkınma için deklarasyonun kabul edildiğini ifade ederler.

Eberhard Harribey (2011, s.23) 21. yüzyılın ilk on yılında, giderek daha fazla sayıda şirketin, sosyal sorumlulukla ilgili sağlam stratejik konumlarını açıkça ortaya koyduğunu ve sürdürülebilir kalkınma raporları hazırlamanın sıradan hale gelerek birçok şirketin kurumsal sosyal sorumluluk için referans çerçeveleri olduğunu anlatmaktadır.

Yukarıda uluslararası yatırımcı ya da denetçilerin tüm dünya için geçerli olan sorumluluk değerlendirme kriterleri ya da standartları ihtiyacının raporlama ihtiyacında belirleyici olduğu anlatılmaktadır. Reynolds ve Yuthas'da (2007, s.50-52) çeşitli amaçlar için sosyal ve doğal çevresel hesap verebilirliğe yönelik yaklaşımların geliştirildiğini ve bunların kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması çatısı altında sınıflandırıldığını aktardıkları görülmektedir. Yazarlar, kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması için modelleri; Eco-Management ve Audit Scheme (EMAS, 1995, 2001), International Organisation for Standardisation (ISO 14000 series, 1997, 2002), Council on Economic Priorities Accreditation Agency Social Accountability Standard (SA8000, 1998) [renamed Social Accountability International (SAI)], Institute of Social ve Ethical Accountability Standard AA1000 (1999), The Copenhagen Charter (1999), Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (2000, 2002), olarak sıralamaktadırlar.

Raporlama standartları ve nedenleri konusunda benzer yaklaşımlar da vardır. Idowu (2011, s.217-218) çeşitli kuruluşların bilgilerinin kullanıcılarına ilgili kuruluş hakkında kaliteli kararlar vermelerine yardımcı olmak için çevresel performansları hakkında bilgi vermelerini talep ettiğini; bu kuruluşların bazılarının izlemesi gereken standart formatlar sağladığını belirtmektedir, bunlar; 'Sürdürülebilirliğe Doğru' raporunda yer alan Avrupa Birliği Çevre Üzerine Beşinci Eylem Programı

(2002) , Sosyal ve Etik Hesap Verebilirlik Enstitüsü (ISEA) (1999) , Sürdürülebilirlik Raporlama Yönergeleri (1999) , Küresel Raporlama Girişimi (GRI) (2000) ve bir dizi başka benzer belge olarak sıralanmaktadır. Idowu ayrıca üyelerini ve etkileşimde buldukları kişileri; borsalar, meslek kuruluşları, kurumsal yatırımcı dernekleri ve bazı şirketler tedarik zincirlerindeki tedarikçileri, sosyal sorumluluklarına ilişkin bilgileri eşit şekilde açıklamalarını talep ettiklerini belirtmektedir.

Avrupa Komisyon (2004) ve Hopkins (2003) raporlamayla ilgili literatürde birçok uluslararası standart ve kılavuzdan sıklıkla bahsedildiğini, bununla birlikte üç farklı ancak tamamlayıcı kategorinin kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasını desteklediğini anlatmaktadırlar. Bunlar;

1. Davranış kuralları (örn. OECD İlkeleri, ILO Deklarasyonu; kurumsal davranış standartlarını tanımlayın);
2. Yönetim standartları (örn. SA8000; ISO 14000; sosyal sorumluluk uygulamalarının uygulanması için çerçeveler sunar);
3. Gösterimler ve sıralamalar (örn. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi, FTSE4Good) (akt. Golob ve Bartlett, 2007, s. 4).

Önceki bölümlerde kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının giderek daha çok hazırlandığından bahsedilmektedir. Ancak bu tür raporlama standartlarının zorunlu olmaması kalite ve güvenilirliğini etkileyen açıklama yöntemleri ve kapsamalarının değişiklik gösterdiği de bilinmektedir. Lament (2015, s. 504-505) kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması için seçilmiş yönerge/prensipleri; Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Guidelines (2006, 2013), Account Ability: The AA1000 Series of Standards (2008, 2012), Carbon Disclosure Project (CDP) tool and framework (2000), International Integrated Reporting Council (IIRC) International Framework (2013), International Organization for Standardization ISO 26000 (2010) , OECD: Risk Awareness Tool for Multinational Enterprises in Weak Governance Zones (2003) , United Nations Global Compact Ten Principles (1999) olarak sıralanmaktadır. Cecil (2008, s. 45) ise kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması üzerinde büyük etkisi olan iki kuruluşu, The Global Reporting Initiative (GRI) ve AccountAbility, olarak belirtmektedir.

Raporların her kurum ve kuruluş için bir standart sunması önemlidir. Park ve Galley (2011, s. 120) BM Normları'nın, sürdürülebilirlik için bir vizyon stratejisi ve raporlama yapan kuruluşun CEO'sunun beyanı da dahil olmak üzere paydaş sürdürülebilirlik raporu için bir şablon sağladığını belirtmektedirler.

Bu raporlama ilkeleri ya da standartları birçok yazar tarafından ifade edilmiştir. Chahoud (akt. Brueckner ve Pforr, 2011, s. 81) da son 10 yılda, BM Küresel İlkeler Sözleşmesi ve Caux İlkeleri' nin yanı sıra Global Sullivan İlkeleri, Küresel Kurumsal Sorumluluk İlkeleri: Kıyaslamalar, Sosyal Sorumluluk 8000 (SA 8000) gibi çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk araçlarının ortaya çıktığını ve

uluslararası şirketler tarafından kademeli olarak benimsendiğini açıklamaktadır. Ona göre bu belgeler, yolsuzluk ve şeffaflığın yanı sıra insan hakları, çalışma standartları ve çevre sorunlarına ilişkin ilkeleri ve yönergeleri değişen derecelerde açıklamaktadır ve ayrıca bu ilkelerin benimsenmesi isteğe bağlı ve bağlayıcı olmamakla birlikte, artan sayıda şirket bu ilkeleri benimsemeye başlamıştır.

Raporlama uygulamalarının temelinde kurumların sosyal sorumluluk uygulamaları yer almaktadır. Okafor vd.'ne (2021, s. 9) göre kurumsal sosyal sorumluluk kavramının farklı tanımları vardır; anlam ve pratik olarak gelişmeye devam etmektedir. Yazarlara göre -mevcut tanımların en ayrıntılı olanı- Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO), sosyal sorumluluğu 'sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunan şeffaf ve etik davranışlar yoluyla bir kuruluşun kararlarının ve faaliyetlerinin toplum ve çevre üzerindeki etkilerine ilişkin sorumluluğu' olarak tanımlanmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk ile sürdürülebilir kalkınma kavramlarının birbirleriyle yakın bir ilişki içinde olduğu açıkça görülmektedir. Huang ve Watson (2015, s. 2) kurumsal sosyal sorumluluk ile kurumsal sürdürülebilirliğin yakından ilgili olduğunu ifade ederlerken Lament (2015, s. 503) kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının, sürdürülebilir kalkınma çözümlerinin önemli bir bilgi unsurunu oluşturduğunu ve bu nedenle kendi içinde kurumsal sosyal sorumluluk fikirlerinin temel bir unsuru olan bilgilerin karşılaştırılabilirliğini ve şeffaflığını sağlamak için standartlaştırılması gerektiğini anlatırken aradaki bağıın şeklini de ortaya koymaktadır.

Sürdürülebilir kalkınma ile kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki bağı ortaya koyan ve bağı farklı açıdan yaklaşan görüşler de mevcuttur. Akışık ve Gal (2011, s. 306-307) sürdürülebilir kalkınma ile kurumsal sosyal sorumluluğun arasındaki bağı vurgu yaparken; şirketlerin bir ülkenin kalkınmasında önemli rol oynadığından, şirketlerin kalkınmaya ilişkin görüşlerini ve bu görüşlerin iş uygulamaları açısından nasıl geliştirildiğini ve faaliyete geçirildiğini anlamının önemini altını çizmektedirler.

Raporlama konusunda yukarıda birçok farklı başlığın yer aldığı görülmektedir. Bu başlıklardan özellikle birinin birçok farklı yazarda ortak olarak ifade edildiği saptanmıştır. Tschopp ve Nastanski (2014, s.147) makalelerinde; araştırmalarında dünya çapında tanınan dört kurumsal sosyal sorumluluk raporlama standardını değerlendirmiş ve sonunda Global Reporting Initiative'in karar vermede faydalı bilgiler sağlamak için en iyi standart olacağını gördüklerini belirtmişlerdir. Gilbert (akt. Hertz Rupley vd., 2017, s. 173) 1997'de CERES'in, küresel pazardaki ekonomik, yönetim ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlama standartlarını tek bir sürdürülebilirlik raporlaması çerçevesine entegre etmek ve birleştirmek için GRI'yi başlattığını açıklamaktadır. Hys ve Hawrysz (2012, s. 1517) GRI'nin öncelikli amacının, sürdürülebilir kalkınma açısından kuruluş tarafından alınan önlemlerin sonuçlarının raporlanması için rehberlik sağlamak olduğunu ve GRI standardının katı ama evrensel olduğu ve kuruluşlardaki raporlama sürecini (metodoloji, rapor oluşturma süreci ve belirli kuruluşlar tarafından elde edilen sonuçların sunulmasını sağlayan göstergeler seti) destekleyen bir araç olduğunu belirtirler.

Panayiotou ve Aravosis (2011, s. 64) çoğu durumda ilkelerin yerel mevzuata (varsa) ve Social Accountability 8000 (SA 8000), AA 1000, ISO: 14001, Global Reporting Initiative (GRI) ve BM'nin Global Compact Initiative gibi uluslararası sözleşmelere dayandığını ifade etmektedir. Lament (2015, s. 505) de GRI'nın aynı zamanda denetçiler, muhasebeciler, işletmeler, kamu kuruluşları ve kurumlarla birlikte çalışarak kılavuzların sürekli olarak iyileştirilmesini sağladığını; bu kılavuzların böylece değişen gerçekliğe uyarlanmış, evrensel olarak uygulanan ve çeşitli karşılaştırmalara izin veren güvenilir bir bilgi politikası yönetimi aracı haline geldiğini açıklamaktadır.

Son dönemlerde üzerinde konuşulan entegre raporlamaya da burada kısaca değinmekte fayda olacaktır. Lament (2015, s. 503) finansal ve kurumsal sosyal sorumluluk olmak üzere iki raporlama sisteminin sürdürülmesinin etkili olarak adlandırılmayacağını bu nedenle IIRC-Uluslararası Entegre Raporlama Konseyi (2013) tarafından yayınlanan ilkelerle entegre raporlama fikrinin ortaya çıktığını açıklamaktadır. Konuya ilişkin olarak Hertz Rupley vd.' de (2017, s. 172) finansal ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının, küresel kısıtlamalara tabi olduğunu ve raporlama sistemlerinin ortak özelliğinin, karşılaştırılabilirlik ve hesap verebilirliğe yönelik büyüyen bir hareket olması olduğunu vurgulamaktadırlar. Yazarlara göre küresel baskılar başlangıçta bağımsız kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasına ve şimdi de entegre raporlamaya doğru itmeyi motive etmiştir ve entegre raporlar, finansal, ekonomik, yönetim ve sosyal bilgileri tek bir raporda içermektedir.

IIRC'ye göre (akt. Huang ve Watson, 2015, s. 2) entegre raporlama (IR), özellikle Johannesburg Menkul Kıymetler Borsası'nın IR yetkisi göz önüne alındığında, popüleritesi artan başka bir kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili kavramdır. Kaynağa göre entegre rapor, bir kuruluşun stratejisinin, yönetiminin, performansının ve beklentilerinin, dış çevresi bağlamında kısa, orta ve uzun vadede nasıl değer yaratılmasına yol açtığına ilişkin kısa ve öz bir iletişim, olarak tanımlanmaktadır.

## SONUÇ

Bütün ticari işletmelerin en temel hedefi -var olma nedeni- ekonomik olarak sürdürülebilir olmaktır. Büyümeye ve hatta var olmaya devam edebilmek için de yatırımcılardan gelen maddi desteğe ihtiyaç duyarlar. Bununla birlikte, potansiyel yatırımcılar, hissedarlar, denetçiler, bankalar ve aracı kurumlar yalnızca mali açıdan güvenilir, büyüme ve istikrar potansiyeline sahip işletmelere yatırım yapmayı tercih edeceklerdir. İşletmenin yayınlanan yıllık raporu yatırımcılara işletme hakkında finansal bilgileri bir standart doğrultusunda verir. Elbette bu finansal raporlar yasal gereklilikler doğrultusunda hazırlanmakta ve ihtiyaç duyan tüm paydaş gruplarına sunulmaktadır. Ancak günümüzde sadece maddi desteği direkt olarak talep etmekte olduğumuz paydaşlara yönelik finansal verileri içeren raporlar yeterli olmamaktadır. Zira günümüzde bir işletmeyi, çalışanlarından, müşterilerinden, STK'lardan, kamu kurumlarından, medyadan vb. yani diğer sosyal paydaşlardan ayırarak düşünmek oldukça eksik hatta



yanlış olacaktır. Bu aşamada ise kurumsal itibara yönelik hazırlanan sosyal projeler gündeme gelmektedir.

Günümüzde, bir ticari işletmenin içinde faaliyet gösterdiği, mal ve hizmet ürettiği ya da sattığı toplumun desteğini almadan ekonomik olarak sürdürülebilir olması mümkün değildir. García-Sánchez vd. (2022, s. 120) meşruiyet teorisine göre, bir örgütün yapılarının ve davranışlarının sosyal olarak oluşturulmuş norm ve ilkelere ne ölçüde uyduğu, onun sosyal kabulünü ve dolayısıyla hayatta kalmasını garanti etmektedir.

Bu farkındalıkla hareket eden işletmeler toplumun ihtiyaçları ve dünyada sürdürülebilir bir gelecek için görev almaya başlamışlardır. Toplumun onayı işletmelerin de sürdürülebilir ekonomik varlığını sağlayacaktır. Böylece hem ekonomik sürdürülebilirlik yani kurumsal sürdürülebilirlik hem de sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik eş zamanlı olarak sağlanacaktır. O halde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları işletmelerin önemli bir gündem maddesini oluşturmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta; sosyal sorumluluk anlayışının, iş uygulamalarını da kapsayan, kurumun benimsediği ve her attığı adımda dikkat ettiği şekilde benimsenmiş bir farkındalık olması gerektiğidir. Huang ve Watson (2015, s. 1) son zamanlarda, akademik toplulukların kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarına büyük ilgi gösterdiğini belirtirken iş araştırma disiplinlerindeki önemli miktarda kanıt, hangi tür firmaların kurumsal sosyal sorumluluğa katıldığını ve kurumsal sosyal sorumluluğun firma kararlarını ve sonuçlarını nasıl şekillendirdiği gibi soruları incelediğini açıklamaktadır.

Sosyal sorumluluklarının bilincinde olan ve bu bilinçle hareket eden, uygulamalar gerçekleştiren işletmelerin -sadece yatırımcılara değil- tüm paydaşlarına yaptıklarını anlatmaları gerekmektedir. Akışık ve Gal (2011, s. 309) ticari kuruluşların hem finansal performansları hem de sosyal açıdan sorumlu performanslarını içeren daha geniş faaliyet yelpazesi hakkında bilgi sağlamanın önemini anladıklarını ifade ederler.

Bilindiği gibi kurumsal raporların temel amacı bilgi üretmek ve üretilen bilgiyi farklı kullanıcılara karar desteği almak amacıyla sunmaktır. Maddi olmayan değerlerin paylaşılmasına olanak sağlayan raporların kurumsal itibar oluşturmada ve müşteri sadakatini sağlamada önemli bir işlevi olduğundan önceki bölümlerde bahsedilmiştir. Bu aşamada yapılan toplumsal uygulamaların dünya çapında standart şekilde değerlendirilmesi, çerçevesinin çizilmesi ve raporlanması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Golob ve Bartlett (2007, s. 3) kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının, kuruluşların farklı paydaşlara sosyal ve çevresel konularla ilgili bilgi sağlamanın bir yolu olduğunu ifade ederken Noronha vd. (2013, s. 40) küreselleşmenin etkisiyle özellikle raporlama açısından uluslararası düzeyde kurumsal sosyal sorumluluk konusunda artan bir farkındalık oluştuğunu belirtmektedir.

Sürdürülebilirlik raporu; bir işletmenin ekonomik, toplumsal ve çevreye odaklı faaliyetlerinden tüm sosyal paydaşlarını bilgilendirmek için kullandığı kurumsal bir iletişim aracı olarak ifade edilebilecektir. Sürdürülebilirlik performansının ölçüldüğü ve yıllara göre karşılaştırılabildiği sürdürülebilirlik raporlaması kapsamında çeşitli raporlama çerçeveleri düzenlenmiştir. Böylece sürdürülebilirlik raporlarında yer alan verilerin doğru ve global standartlarla uyumlu olması, işletmelere finansal ve finansal olmayan performans göstergeleri arasında bağlantı kurma, uzun yıllara dayanan strateji ve iş planları oluşturma vb. katkılar sağlanmaktadır.

Gerçekleştirilen literatür taramasından yola çıkılarak değerlendirildiğinde, raporların sağladığı avantajlar aşağıda gibi değerlendirilmiştir;

1. Kurumsal itibar sağlamak ya da yönetmek
2. Ticari rekabette markaya yönelik fayda sağlamak
3. Nitelikli işgücü tarafından tercih edilmek
4. Nitelikli tedarikçi ve dağıtım kanallarına ulaşmak
5. Medyanın sempatisini kazanmak
6. STK'lar ve kamu kurumlarının desteğini sağlamak
7. Mevcut ya da potansiyel hissedar, yatırımcı ve mali çevrelerde güven sağlamak ve

böylece işletmenin faaliyetlerinin meşruiyet teorisi olan sosyal normlarla uyumlu olduğunu tüm paydaş gruplarına anlatmak.

Bu çalışma için yapılan literatür araştırmasında, alana yönelik yazılan uluslararası makalelerde paydaş kuramına yapılan atıflar dikkat çekicidir. Bu durum, aslında bugün raporlamanın dünyada neden önemli olduğu durumunu da ortaya koymaktadır. Bununla birlikte raporlama ihtiyacının odağında daha çok yatırımcıların olduğu saptanmıştır.

Bu çalışmanın amacı; işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporlarının, sosyal paydaşlarla iletişim ve ilişki yönetimi sürecindeki önemini ortaya koymak olarak belirlenmiştir. Önceki bölümlerde raporlamanın gelişimi, önemi ve hatta gerekliliği üzerine birçok bilgi paylaşılmıştır. Bu aşamada dünya çapında bir araştırmaya değinmek doğru olacaktır. KPMG Kurumsal Sorumluluk Raporlaması Araştırması 2017 (<https://kpmg.com/>, Erişim tarihi: 13.07.2023) Kurumsal Sorumluluk (CR) Raporlaması Anketi, 1993'ten beri kurumsal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporlaması alanındaki gelişmeleri izlemektedir. Bu rapora göre kurumsal sorumluluk raporlama oranı küresel ortalamanın altında olan ülkelerin (%72'den az) içinde %50 ile Türkiye de yer almaktadır.

Ülkemizde sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik alanında projelerin yapıldığı gözlemlenmektedir. Özellikle iklim krizinin bizzat hissedilmeye başlandığı bugünlerde kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik alanında çalışmaların çoğalarak artacağı da öngörülebilmektedir.

Yukarıda yer alan veri doğrultusunda yapılmış olan bu çalışmadan sonra araştırmacıların sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporlarına yönelik;

1. Standartların karşılaştırmalı olarak avantajları ve dezavantajları
2. Yatırımcı ya da finans çevreleri dışında sosyal paydaşların (müşteri, çalışan, STK vb.) raporları inceleme oranları
3. Raporların iletişiminin yapılma durumları, hakkında araştırma yapmaları tavsiye edilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abernathy, J.; Stefaniak, C.; Wilkins, A. ve Olson, J. (2017). Literature review and research opportunities on credibility of corporate social responsibility reporting. *American Journal of Business*, 32(1), 24-41. Erişim adresi <https://www.emerald.com/>
- Akışık, O. ve Gal, G. (2011). Sustainability in businesses, corporate social responsibility and accounting standards An empirical study. *International Journal of Accounting & Information Management*, 19 (3), 304-324. Erişim adresi <https://www.emerald.com/insight/content>
- Başar, B. ve Başar, M. (2006). Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Türkiye'deki Durumu, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 213-230, Erişim adresi <https://earsiv.anadolu.edu.tr/>
- Bekçi, İ. ve Konuşkan, A. (2023). *Sürdürülebilirlik raporlama kurumsal yönetim ve finansal performans etkisi*, İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Bronn, P.S. ve Vrioni, A. B. (2015). Corporate social responsibility and cause-related marketing: an overview. *International Journal of Adversiting*, Erişim adresi <https://www.tandfonline.com/>
- Brueckner, M. ve Pforr, C. (2011). Global environmental issues. S. O. Idowu ve C. Louche (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.73-88). Erişim adresi <https://link.springer.com/content>
- Cecil, L. (2008). Corporate social responsibility reporting in the United States. *McNair Scholars Research Journal*, 1(6), Erişim adresi <https://commons.emich.edu/mcnair/vol1/iss1/6>
- Eberhard Harribey, L. (2011). Strategic value of corporate citizenship. S. O. Idowu ve C. Louche (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.23-38). Erişim adresi <https://link.springer.com/content>
- Ertan, Y. (2018). Türkiye'de sürdürülebilirlik raporlaması (2005-2017). *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 11 (3), 463-478, Erişim adresi <https://dergipark.org.tr/>
- García-Sánchez, I.M.; Hussain, N.; Aibar-Guzmán, C. ve Aibar-Guzmán, B. (2022). Assurance of corporate social responsibility reports: Does it reduce decoupling practices?. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 31 (1), 1-292. Erişim adresi <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Galbreath, J. (2011). Sustainable development in business: A strategic view. S. O. Idowu ve C. Louche (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.89-105). Erişim adresi <https://link.springer.com/content>
- Golob, U. ve Bartlett, J.L. (2007). Communicating about corporate social responsibility: a comparative study of CSR reporting in Australia and Slovenia. *Public Relations Review*, 33(1), 1-9. Erişim adresi <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/>
- Heikkurinen, P. (2011). Environmental Strategy and Sustainability. S. O. Idowu ve C. Louche, (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.123-140). Erişim adresi <https://link.springer.com/content>
- Hertz Rupley, K.; Brown, D. ve Marshall, S. (2017). Evolution of corporate reporting: from stand-alone corporate social responsibility reporting to integrated reporting. *Research in Accounting Regulation*, 29(2), 172-176. Erişim adresi <https://www.sciencedirect.com/>
- Huang, X. B. ve Watson, L. (2015). Corporate social responsibility research in accounting. *Journal of Accounting Literature*, 34, 1-16. Erişim adresi <https://www.emerald.com/>
- Hys, K. ve Hawrysz, L. (2012). Corporate social responsibility reporting. *China-USA Business Review*, 11(11), 1515-1524. Erişim adresi <https://eprints.worc.ac.uk/2095>
- Idowu, S. O. (2011). Accounting for decision makers in a sustainable environment. S. O. Idowu ve C. Louche, (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.208-228). Erişim adresi <https://link.springer.com/content>

- Idowu, S. O. ve Louche, C. (2011). Corporate social responsibility: concluding remarks. S. O. Idowu ve C. Louche, (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.265-269), Erişim adresi <https://link.springer.com/content>
- Kadıbeşegil, S. (2023). *Gelmez yola gidiyoruz*, Cinius Yayınevi.
- KPMG Kurumsal Sorumluluk Raporlaması Araştırması (2017). Erişim adresi <https://kpmg.com/>
- Kurt, E. S. (2018). Kurumsal Raporlama. E.S.Kurt (Ed.), *Kurumsal Raporlama*, Ankara: Ekin Yayınevi, Erişim adresi <https://scholar.google.com.tr/>
- Lament, M. (2015). Trends in corporate social responsibility (CSR) reporting. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 5 (5), 503-510. Erişim adresi <https://web.s.ebscohost.com/>
- Mostovicz, E. I. ve Kakabadse, N. K. (2011) Between trust and csr: the role of leadership. S. O. Idowu ve C. Louche, (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.157-178). Erişim adresi <https://link.springer.com/content>
- Nikolaeva, R. ve Bicho, M. (2011) The role of institutional and reputational factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting standards. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 136–157. Erişim adresi <https://link.springer.com/>
- Noronha, C.; Tou, S.; Cynthia, M. I. ve Guan, Jenny J. (2013). Corporate social responsibility reporting in China: an overview and comparison with major trends. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20, 29–42. Erişim adresi <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Panayiotou, N. ve Aravosis, K. G. (2011). Supply chain management. S. O. Idowu ve C. Louche, (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.55-70). Erişim adresi <https://link.springer.com/content>
- Park, P. ve Galley, M. (2011). Environmental issues in business. S. O. Idowu ve C. Louche, (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.108-121). Erişim adresi <https://link.springer.com/content>
- Reynolds, M.A. ve Yuthas, K. (2008). Moral discourse and corporate social responsibility reporting. *Journal of Business Ethics*, 78, 47–64. Erişim adresi <https://link.springer.com/>
- Saw, P. (2011). A global accounting standard: the holy grail?. S. O. Idowu ve C. Louche, (Ed.), *Theory and practice of corporate social responsibility* içinde (ss.193-207). Erişim adresi <https://link.springer.com/content>
- Odabaşı, Y. (2022). *Postmodern pazarlama yorumları*. İstanbul: The Kitap.
- Okafor, A.; Ngozi Adeleye, B. ve Adusei, M. (2021) Corporate social responsibility and financial performance: evidence from U.S tech firms. *Journal of Cleaner Production*, 292, Erişim adresi <https://www.sciencedirect.com/>
- Tschopp, D. (2012). How corporate social responsibility reporting standards address stakeholder needs in the Americas. *Environmental Management and Sustainable Development*, 1(2), Erişim adresi <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/>
- Tschopp, D. ve Nastansk, M. (2014). The harmonization and convergence of corporate social responsibility reporting standards. *Journal of Business Ethics*, 125, 147–162. Erişim adresi <https://link.springer.com/article/10.1007>

## EXTENDED ABSTRACT

For many years, with the effect of globalization, commercial organizations have begun to transform into multinational companies that employ hundreds of people from owner- or family-managed structures with few employees.

In addition to the changes in production processes and structures, the effort to exist in markets with different characteristics has shaped competition and the business world has started to meet some new concepts with the widespread use of technology. The concept of corporate governance has emerged as one of these concepts. One of the main points of the corporate governance approach can be expressed as the sharing of financial and non-financial data by businesses that want to ensure the trust of their shareholders. Understanding and transparency of these data prepared for investors is considered important in terms of obtaining and maintaining mutual trust. However, the fact that the shared data is

only for the shareholders indicates that the data flow for the other stakeholders of the business will be insufficient.

At this stage, the concepts of corporate social responsibility and sustainable development have also been introduced, and these concepts have become indispensable in the life of businesses. Businesses that aim to continue their existence can be economically sustainable today, as in the past, when they contribute to overcoming social problems and better living conditions.

Of course, businesses need to communicate what they have done during and after social responsibility practices to large segments of the society (all social stakeholders), that is, to communicate. Corporate reporting can be considered as one of the most important corporate communication tools used by businesses to communicate with their internal and external social stakeholders.

Social responsibility reports can be accepted as reports that present financial and non-financial information to all internal and external stakeholders, in which the dimensions of the economic, environmental and social activities of the enterprises are shown in the annual reports or separate reports.

The aim of this study; It has been determined as revealing the importance of corporate social responsibility and sustainability reports for businesses in the process of communication and relationship management with social stakeholders. Research shows that social reports will continue to set the agenda with an ever-increasing momentum. KPMG- International Survey of Corporate Responsibility Reporting (cited in Noronha et al., 2013, p. 30) indicates that there is a global upward trend in social reporting, and the prominent reporting type among G250 companies is from environment, health and safety reporting (73%) to sustainability reporting (68%) emphasizes the transformation.

However, in the preliminary research carried out before the study; The fact that the oldest study on the field was in 2006 and it was determined that few articles were produced on the subject reveals the importance of the study. In this study, it is planned to examine corporate social responsibility and sustainability reporting from a broad perspective, using the literature review method.

When evaluated on the basis of the literature review, the advantages of the reports were evaluated as follows;

1. Maintaining or managing corporate reputation
2. To provide benefits for the brand in commercial competition
3. Being preferred by qualified workforce
4. Reaching qualified suppliers and distribution channels
5. Gaining the sympathy of the media
6. To provide the support of NGOs and public institutions

7. Establishing confidence in existing or potential shareholders, investors and financial circles, thus explaining to all stakeholder groups that the business's activities are compatible with social norms, the theory of legitimacy.

At this stage, it would be correct to refer to a worldwide research. KPMG Corporate Responsibility Reporting Survey 2017 (<https://kpmg.com/>, accessed 13.07.2023) The Corporate Responsibility (CR) Reporting Survey has been tracking developments in corporate responsibility and sustainability reporting since 1993. According to this report, Turkey is among the countries with a corporate responsibility reporting rate below the global average (less than 72%), with 50%.

It is observed that projects in the field of social responsibility and sustainability are carried out in our country. It can be foreseen that the work in the field of corporate social responsibility and sustainability will increase and increase, especially in these days when the climate crisis is being felt personally. After this study, which was carried out in line with the data above, for the social responsibility and sustainability reports of the researchers;

1. Comparative advantages and disadvantages of standards
2. Rates of reviewing reports by social stakeholders (customers, employees, NGOs, etc.) other than investors or financial circles
3. It is recommended that they do research on the communication status of the reports.