


Dünyada Marka Değeri En Yüksek Havayolu İşletmeleri İle Borsa İstanbul Havayolu İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Analizi

The Analysis of Corporate Social Responsibility Activities in the World's Most Valuable Branded Airline Companies and Borsa İstanbul Airline Companies

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

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

Öz

Bu çalışmanın temel amacı dünyada marka değeri en yüksek beş havayolu işletmesi ile Borsa İstanbul'da işlem gören havayolu işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini değerlendirmektir. Bu amaçla 2017 yılında dünyanın marka değeri en yüksek ilk beş havayolu işletmesi ile Borsa İstanbul'da işlem gören iki havayolu işletmesinin kurumsal sorumluluk raporları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ve raporlamasına önem verdikleri gözlemlenmiştir. İşletmelerin en sık raporladıkları faaliyetlerin çevreye yönelik uygulamalardan oluştuğu belirlenmiştir. Analize dahil edilen işletmelerin birbirlerine yakın seviyede faaliyetler gerçekleştirdiği, bununla birlikte American Airlines'ın en çok, Emirates Airlines'ın ise en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinde bulunan işletme olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Havayolu İşletmeleri.

Abstract

The aim of this study is to evaluate comparatively corporate social responsibility activities of the most valuable five branded airlines in the world and Borsa İstanbul airline companies. In this context, the corporate responsibility reports of the top five airline companies listed on Brand World's highest airline list of brands in 2017 and two Borsa İstanbul airline companies were analyzed comparatively with the content analysis. As a result of the analysis, it has been observed that enterprises attach importance to the concept and reporting of corporate social responsibility. It has been determined that the activities most frequently reported by the enterprises are the environmental practices. It has been determined that the businesses included in the analysis perform activities close to each other, with American Airlines having the highest and Emirates Airlines having the lowest number of corporate social responsibility activities.

Key Words: Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Airline Companies.

1. Giriş

Günümüzde işletmeler türlerine, kuruluş amaçlarına, etkinlikde buldukları ekonomik ve sektörel düzenin şartlarına, yönetimin kavrayış ve uygulayış şekline göre ayrı amaçlar gözetmektedir. Çok çeşitli özelliklere sahip olan bu amaçlardan esas olanı paydaşları açısından değer maksimizasyonunu sağlamak, kâr elde etmek, varlığını devam ettirmek, sürdürülebilirliği gerçekleştirmek ve topluma yarar sağlamaktır. Bunun yanı sıra küreselleşme, teknolojik gelişmeler, artan rekabet ve tüketicinin değişen eğilim ve tercihleri mevcut ticaretin yapısını farklılaştırmış, alışlagelen ticaret anlayışında hâkim olan öncelikli kâr elde etme görüşü değişikliğe uğramıştır. Bu bağlamda işletmeler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem vermeye başlamışlardır. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluğun öneminin farkında olan işletmeler, gerçekleştirdikleri faaliyetlerle birlikte toplumun gözünde iyi bir imaj kazanmakta ve bu durum işletmelerin aynı alanda hizmet veren rakipleriyle aralarında bir fark oluşmasını sağlamaktadır (Erkman ve Şahinoğlu, 2012).

Yoğun rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmelerin yer aldığı endüstrilerden biri de havayolu endüstrisidir. I. ve II. Dünya Savaşı sırasında yeni uçaklar için artan talep ve hükümetlerin teşvikleri, bu endüstride tasarım ve yapım tekniklerini önemli ölçüde geliştirmiştir. Ticari uçak güzergâhları, ilk kez II. Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa'da kurulmuş ve ulaşım ağı zamanla günümüzdeki büyüklüğüne ulaşmıştır (Investopedia, 2017). Havayolu endüstrisi yaşanan politik ve ekonomik krizler ile terör olayları gibi faktörlerle dönem dönem duraksama yaşamakla birlikte, uzun dönemde dünya ekonomisi üzerindeki büyük etkisini sürdürmeye devam etmektedir. Gelişen teknolojinin beraberinde getirdiği küreselleşme, demografik değişiklikler ve turizm sektöründeki büyümenin yanı sıra havayolunun demir, kara ve deniz yoluna göre daha güvenli, rahat ve hızlı ulaşım imkanı sağlaması, havayolu endüstrisinin tüm dünyada hızla gelişmesine olanak sağlamıştır (Kaya, 2016). Dünyadaki hava trafiğinin %83'ünü temsil eden Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği'nin (International Air Transport Association, IATA) raporlarına göre 2007 yılında dünyada taşınan yolcu sayısı 2,4 milyar iken, 2017 yılının sonunda yayımlanan raporlara göre bu sayı 4,8 milyara ulaşmıştır. Bununla birlikte 743 milyar dolar gelir getiren bu endüstrinin %7.4 büyüme oranı ile, dünyadaki ekonomik büyümeden daha hızlı bir büyüme gerçekleştirdiği görülmektedir (IATA, 2017; TOBB Sivil Havacılık Sektör Raporu, 2017). Dünyadaki havayolu endüstrisinin ekonomik büyüklüğü ve tercih edilişliği göz önünde bulundurulduğunda endüstride faaliyet gösteren havayolu işletmelerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması önem arz etmektedir. Bununla birlikte sürekli büyüyen bu endüstride hava taşımacılığı işlemleri kaçınılmaz olarak önemli çevresel ve sosyal olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Bu bağlamda havayolu endüstrisi, olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik girişimlerde bulunmak için daha fazla baskı altında tutulmaktadır. Bunların sonucu olarak, bu endüstrideki işletmelerde giderek artan sayıda kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri hayata geçmektedir (Chen vd, 2012).

Bu çalışmada, dünyanın en saygın marka değerlendirme ve danışmanlık kuruluşlarından birisi olan Brand Finance kuruluşu tarafından 2017 yılında belirlenen dünyada marka değeri en yüksek beş havayolu işletmesi (American Airlines, Delta Airlines, United Airlines, Emirates Airlines ve Southwest Airlines) ile taşınan yolcu, iç hat ve dış hat yolcu paylarına bakıldığında Türkiye'deki en büyük iki havayolu işletmesi olan ve Borsa İstanbul'da işlem gören Türk Hava Yolları (aynı zamanda dünyada 2017 yılında marka değeri en yüksek onaltıncı havayolu işletmesi) ve Pegasus Hava Taşımacılığı'nın (DHMI, 2016) kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin analizi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda analiz dâhilindeki işletmelerin kurumsal web sitelerinde yayımladıkları kurumsal sorumluluk raporları incelenmiş, faaliyetlerin hangi

başlıklar altında bildirildiği ve neleri kapsadığı içerik analizi yöntemi ile analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışma, ulaşılmak istenen amaçlar bağlamında altı bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın giriş bölümünden sonra ikinci bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde konuyla ilgili literatür taraması sunulmuştur. Dördüncü bölümde araştırma yöntemi ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Beşinci bölümde analiz sonucunda elde edilen bulgular tartışılmaktadır.

2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Temelinde yoğun teknolojik atılımlar ile iletişimin yer aldığı ve sosyo ekonomik yapıyı etkisi altında bulunduran küreselleşme, günümüzde her aşamada değişime yol açmıştır. Hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojisi, küreselleşmenin daha fazla hissedilmesini sağlamıştır. Küreselleşmeyle beraber sınırların kalktığı yeni rekabet ortamında oyunun kuralları değişmiş, işletmelerin paydaşlarına olan sorumlulukları çoğalmış ve bu sorumlulukların önemi de artmıştır. Yaşanan bu dönüşümün toplumu ve işletmeleri etkilemesi farklı yönde olmuştur. Artık işletmeler, yalnızca ekonomik kar hedeflemenin ötesinde, çevre kirliliği, insan hakları, sürdürülebilir ekonomi, toplumun iyileşmesi ve ilerlemesi gibi konularda görev almak zorunda kalmışlardır. Dolayısıyla işletmeler, kazanç sağlayıp gelişmenin yanında, değişen dünyaya ayak uydurmak ve paydaşlarının taleplerini karşılayabilmek için bazı sorumlulukları gerçekleştirmek durumundadırlar (Türker ve Uçar, 2013). İşte bu yeni yapılanmada işletmelerin ekonomik kar amaçlarına ek olarak üstlendikleri yeni sorumlulukları, kurumsal sosyal sorumluluk olarak ifade edilmektedir (Alpaslan, 2012). Diğer bir tanımda da işletmelerin yasal zorunluluklar taşımadan, tüm paydaşları için gönüllü olarak ve işletme stratejilerine, vizyon ve misyonlarına paralel olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel konulara duyarlı, etik ve sorumluluk sahibi yaklaşımlarla faaliyetlerini yerine getirmesi kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) olarak tanımlanmaktadır (Erkman ve Şahinoğlu, 2012).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramındaki kurumsal sözcüğü, ilk bakışta kurumsal sosyal sorumluluk kavramının anlamını sınırladığı düşünülse de, kurumun bulunduğu çevresel ve sosyal konulardan uzak algılanmamalıdır. İşletmelerin sürdürülebilir olması, üretilen mal ve hizmetin başarısının yanında işletmenin ortaklarına, çalışanlarına, müşterilerine, kamu aktörlerine, çevresine hatta rakiplerine yani iç ve dış paydaşlarına kazandırdıkları ile ilgilidir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramında gönüllülük esastır ve aynı zamanda işletmeler için değer oluşturmada kuvvetli bir araçtır (Özgen, 2007). İşletmelerin üstlendikleri sosyal sorumluluklar, onları toplum gözünde rakiplerinden daha itibarlı konuma getirirken diğer yandan da bu durum onların daha fazla tanınmasını ve tercih edilebilirliklerini artırmaktadır. Bu hizmetlerin toplumda yarattığı memnuniyet duygusuyla oluşan olumlu döngüde her iki tarafta kazanan durumundadır (Can, 2013).

İşletmeler için nihai amacın kar maksimizasyonundan değer maksimizasyona dönüşmesi, işletmeleri tüm paydaşlarına yönelik fayda sağlayan faaliyetlerde bulunmaya yönlendirmektedir. İşletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde hem topluma fayda sağlamakta hem de kendileri adına güçlü bir imaj oluşturmaktadır. Ayrıca işletmelerin yapmış oldukları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlamaları, paydaşlarını konuyla ilgili bilgilendirmeleri açısından da önem arz etmektedir

3. Literatür

Konuyla ilgili literatürde her ne kadar öncesinde iş adamlarına sosyal sorumluluk anlayışı kazandırmaya çalışan yazarlar bulunsa da, pek çok araştırmacı, Bowen tarafından 1953 yılında yazılan "İşadamların Sosyal Sorumlulukları (Social Responsibilites of The Businessman)" adlı kitabı konunun başlangıç noktası olarak görmektedir (Carrol, 1979). Kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili literatür incelendiğinde, kavramın ortaya çıkması ile birlikte, farklı sektörleri konu alan çok sayıda çalışmanın gerçekleştirildiği görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ile ilgili turizm sektöründe gerçekleştirilen çalışmaların genelde konaklama işletmelerini konu aldığı ve çevresel etkileri üzerinde durulduğu gözlemlenmektedir (Ateşoğlu ve Türker, 2010; Golja ve Nizic, 2010; Sheldon ve Park, 2011; Garay ve Font, 2012). Yapılan literatür taramasında, kurumsal sosyal sorumluluğun, işletme çalışanlarından çok konaklama işletmelerine gelen müşteriler üzerindeki etkisini ölçmeye ve işletme sahipleri ile yöneticilere yönelik olduğu görülmektedir (Lee ve Heo, 2009; Rudez, 2010; Hansen vd, 2011; Kim vd, 2012). Bununla beraber turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin gerçekleştirdikleri KSS faaliyetlerinin, işletmenin finansal performansı üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik çalışmalar bulunmaktadır (Lee ve Park, 2009; Inoue ve Lee, 2011; Grosbois, 2012; Tsai, vd, 2012). Söz konusu faaliyetlerin işletmelere olan olumlu etkisi ile birlikte literatür incelendiğinde gerçekleştirilen araştırmalarda konaklama işletmelerinin hem bu faaliyetleri yerine getirme düzeylerinde hem de raporlama sürecinde eksiklikleri olduğu (Holcomb vd, 2007; Ateşoğlu ve Türker, 2010; Grosbois, 2012; Leaniz vd, 2012; Durovic vd, 2015; Akmeşe ve Aras, 2016; Büyükşalvarcı vd, 2016) vurgulanmaktadır.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde ise KSS faaliyetlerini konu alan çalışmalar incelendiğinde ilgili faaliyetlerin ve etik uygulamaların işletmeler üzerindeki olumlu-olumsuz çıktılarını (Doğdubay ve Karan, 2015; Montalbo, 2015), işletmelerin sıklıkla gerçekleştirdikleri KSS faaliyetlerini ve kurumsal web siteleri üzerinden raporlama seviyelerini (Karadeniz ve Ünlübulduk, 2017), müşteri davranışı üzerine (Kaur, 2013) ve müşteri bağlılığına (Aydın ve Erdoğan, 2016) olan olumlu etkisini, işletme itibarında (Tong ve Wong, 2016), marka konumlandırma (Özer ve Akbaba, 2016), işletmenin finansal performansında (Inoue ve Lee, 2011) ve hissedar değerinde oluşturduğu etkiyi (Kim ve Kim, 2014) ölçmeye yönelik çalışmaların yapıldığı gözlemlenmiştir.

KSS faaliyetleriyle ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde ulaşılan kaynaklar bağlamında havayolu endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerde gerçekleştirilen KSS faaliyetleri ile ilgili çalışmalarında yapıldığı görülmektedir. Korul (2003), çalışmasında havayolu endüstrisinin çevresel ve sosyal olumsuz etkilerinin önüne geçilebilmesi için çevre yönetim sisteminin önemini incelemiştir. Chan ve Mak (2005), havayolu endüstrisinde çevresel raporlamanın bileşenlerini tanımlamak ve konu ile ilgili ilerlemeyi gözlemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada incelenen tüm havayolu işletmelerinde, çevresel raporlamanın ihtiyaç olduğu ve raporun üretilmesinde işletmelerce yoğun çaba gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Phillips (2006), çalışmasında havacılık yönetimi alanında akademi ve endüstride görev alan eğitimcilere yardımcı olmak amacıyla kurumsal sosyal sorumluluk kavramını, havacılık endüstrisindeki yerini ve faaliyetlerini açıklamış ve derlemiştir. Lynes ve Andrachuk (2008), çalışmalarında kurumsal sosyal ve çevresel sorumluluk üzerindeki sektörel ve kültürel etkiler arasındaki ilişkileri gösteren bir model geliştirmeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda havayolu işletmelerinin kurumsal sosyal ve çevresel sorumluluklarını yerine getirmede buldukları toplumun kültürünün etkisi olduğu saptanmıştır. Tsai ve Hsu (2008) tarafından hava taşımacılığı için KSS

programlarını operasyonel hale getirmek amacıyla gerçekleştirilen çalışmada, havayolu endüstrisine en uygun KSS faaliyetini seçme kararlarına yardımcı olmak ve bu programların maliyetini değerlendirebilmek için bir model oluşturulmuştur. Torum ve Yılmaz (2009), çalışmalarında havaalanlarında gerçekleştirilen sürdürülebilirlik faaliyetlerini incelemeyi hedeflemişlerdir. Çalışmada sürdürülebilirlik yönetimi altında sosyal uygulamaların içeriğini oluşturan faaliyetlerin, çalışanlara ve sürdürülebilir taşımacılık girişimlerine yönelik olduğunu tespit edilmiştir. Sgouridis vd, (2011), havayolu taşımacılığı endüstrisinin çevrenin sürdürülebilirliğine katkı sağlaması için uçaklardaki yakıt verimliliği performansını iyileştirme, alternatif yakıtların kullanımı, havayolundaki talebin azaltılması ve karbon fiyatlaması alanlarında azaltıcı önlemler ve politikalara dayalı bir yaklaşımın gerekli olduğunu saptamışlardır. Smith ve Grosbois (2011), çalışmalarında inceledikleri havayolu şirketleri arasında KSS kapsamındaki başlıca hedeflere genel olarak yüksek düzeyde bağlılık gösterildiği tespit etmelerine rağmen, her hedefe katkıda bulunmak için genellikle çok az sayıda özel girişimde bulunulduğu ve girişimlerin raporlanma seviyesinin düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Chen vd, (2012), Tayvan havayolu piyasasındaki gerçekleştirilen KSS faaliyetlerinin müşteriler üzerinde davranışsal ve tutumsal sadakati artırdığı ve oluşturulan boyutlardan güvenlik, tüketici hakları ve çevre korumanın müşteriler tarafından önemli bulunduğunu saptamışlardır. Asatryan (2013), çalışmasında havayolunu tercih eden müşterilerin KSS kavramını önemseydiği ancak gerçekleştirilen faaliyetlerin yeterli bulunmadığını tespit etmiştir. Lee vd, (2013), havayolu işletmelerinde petrol fiyatlarının, işletme içi KSS faaliyetleri ve işletmelerin performansları arasındaki ilişkiye etkisini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, KSS faaliyetlerinin havayollarının operasyonel verimliliklerini geliştirmesine yardımcı olduğu, performansı olumlu etkilediği ve işletme içi-dışı KSS faaliyetlerinin işletme performansı üzerindeki olumlu etkisinin, petrol fiyatlarındaki değişikliklere göre değişmekte olduğu tespit edilmiştir. Öztürk (2016), çalışmasında havayolu işletmeleri tarafından yayınlanmış KSS ve sürdürülebilirlik raporlarını çevre teması bazında incelemiştir. Havayolu işletmelerinin sundukları raporlarda teknoloji, altyapı, atık ve gürültü yönetimi ile ilgili konulara gıda yönetimi konusuna göre daha çok yer verildiği görülmüştür.

4. Yöntem

Çalışmanın amacı dünyada marka değeri en yüksek ilk beş havayolu işletmesi ile Borsa İstanbul'da işlem gören Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı ve Pegasus Hava Taşımacılığı Anonim Şirketi'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini karşılaştırmalı olarak değerlendirmektir. Bu bağlamda çalışmada Brand Finance kuruluşu tarafından yayımlanan 2017 yılında dünyanın en değerli havayolu işletmesi markaları (The Most Valuable Airlines Brands of 2017 List) listesi sıralamasında yer alan ilk beş havayolu işletmesi ile taşınan yolcu, iç hat ve dış hat yolcu paylarına bakıldığında Türkiye'nin en büyük iki havayolu işletmesi olan Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı ve Pegasus Hava Taşımacılığı Anonim Şirketi, çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. 1996 yılında kurulan Brand Finance, dünyanın önde gelen bağımsız marka ve iş değerlendirme ve strateji danışmanlık kuruluşudur. Kuruluşun merkezi Londra'da bulunmakta ve 20'den fazla ülkede faaliyet göstermektedir (Brand Finance, 2017). Çalışmada analiz kapsamındaki 2017 yılında dünyanın en değerli ilk beş havayolu işletmesi markaları ile marka değerleri Tablo 1'de sunulmaktadır. Örneklem olarak söz konusu havayolu işletmelerinin seçilme sebebi, marka değerleri itibarıyla en yüksek işletmeler olması ve bu bağlamda doğru yönetim, finansman, satış, pazarlama, müşteri ilişkileri ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirdikleri varsayımdır. Türkiye'de ise Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı ve Pegasus Hava Taşımacılığı Anonim Şirketi'nin seçilme nedenleri bu işletmelerin Türkiye'deki en büyük havayolu işletmeleri olmaları, Borsa

İstanbul'da işlem görmeleri ve bu bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk raporlarına ulaşabilme kolaylığıdır.

Tablo 1: Marka Değeri En Yüksek 5 Havayolu İşletmesi

İşletmeler	Marka Değerleri (\$)
1) American Airlines	9.811.000.000
2) Delta Airlines	9.232.000.000
3) United Airlines	7.161.000.000
4) Emirates Airlines	6.082.000.000
5) Southwest Airlines	6.001.000.000

Kaynak: Brand Finance, 2017

Tablo 1 incelendiğinde 2017 yılında dünyada marka değeri en yüksek olan havayolu işletmesinin American Airlines olduğu görülmektedir. Çalışmada belirlenen amaçlar doğrultusunda araştırmaya dahil edilen havayolu işletmelerinin kurumsal web sitelerinde yayımladıkları KSS raporlarındaki veriler doküman inceleme tekniği ile elde edilmiştir. Bu veriler içerik analizi yöntemi ile 32 kod ve 4 uygun tema altında (çevre, toplum, çeşitlilik, etik uygulamalar) incelenmiştir. İnceleme sonucunda faaliyetlerin hangi başlıklar altında bildirildiği ve neleri kapsadığı karşılaştırmalı olarak analiz edilmeye çalışılmıştır. Nitel veri toplama tekniklerinden biri olan içerik analizi "birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamak" şeklinde tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

5. Bulgular

Çalışmada havayolu işletmelerinin KSS raporlarının incelenmesi neticesinde öncelikle belirlenen unsurlar analize dahil havayolu işletmeleri bağlamında ayrı paragraflar halinde sunulmuştur. Bununla beraber içerik analizi doğrultusunda elde edilen bulgular Tablo 2 ve Tablo 3'te sunulmakta ve bu tablolarda ulaşılan sonuçlar işletme bazında ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılmaktadır.

American Airlines'ın kurumsal web sitesinden erişilen 31 sayfalık kurumsal sorumluluk raporunda, gerçekleştirilen faaliyetlerin 9 ana başlık altında sunulduğu tespit edilmiştir. Raporun bütününde işletmenin tüm paydaşlarına karşı yerine getirdiği sorumluluklara yer verdiği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte özellikle "Ekip Üyelerimizle Etkileşim Kurmak" başlığı altına işletmenin çalışanlarına olan sorumlulukları ile ilgili uyguladıkları faaliyetleri, "Yatırımcılara Geri Dönüş Sağlamak" başlığı altında işletme paydaşlarına daha yararlı olmaya yönelik gerçekleştirdikleri faaliyetleri ve "Geleceğe Bakış" altında çevrenin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına katkıda bulunmak için gerçekleştirilen faaliyetlerin sunulduğu saptanmıştır.

Delta Airlines'ın kurumsal web sitesinden erişilen 112 sayfalık kurumsal sorumluluk raporu, 10 bölümden oluşmaktadır. 'Paydaşlarla Bütünleşme' başlığı altında; hedeflenen sürdürülebilirlik konuları, endüstriyi etkileyen eğilimler ve risklerle (alternatif yakıtların kullanımı gibi) ilgili bilgilerin verildiği gözlemlenmiştir. Raporda, "Yönetim ve Etik" ana başlığı altında verilen "Sürdürülebilirlik ve Sorumluluk"

alt başlığında işletmenin sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk konusundaki kurumsal taahhüdü vurgulanmaktadır. “Çevresel Sürdürülebilirlik” başlığında işletmenin çevreye olan yükümlülükleri ve konu ile ilgili gerçekleştirdikleri faaliyetler bulunmaktadır. “Delta İnsanları” ve “Delta Müşterileri” ana başlıklarında ise işletmenin çalışanlarına ve müşterilerine yönelik uygulanan kurumsal sorumluluk uygulamalarına yer verildiği görülmektedir. “Delta Topluluklarına Katılma” bölümü, işletmenin topluma yönelik olan faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen hizmetler, birlikte çalıştığı vakıflar ve yapılan başlıklarla ilgili bilgiler içermektedir. “Tedarik Zinciri Yönetimimiz” başlığında ise işletmenin tedarik yönetimi yaklaşımı vurgulanmaktadır.

United Airlines’ın analiz kapsamındaki diğer işletmelerden farklı olarak yayımlanan bir KSS raporu bulunmadığı belirlenmiştir. İşletmenin, ilgili bilgilere kurumsal web sitesi içinde yer verdiği saptanmıştır. Kurumsal web sitesinde bulunan “United Hakkında” başlığı altında paydaşlarla ilgili çeşitlilik, etik ve insan haklarına uyumluluk konuları ve konu ile ilgili alınan ödüller birlikte sunulmaktadır. “İnsanlar” başlığı altında işletme çalışanlarına yönelik gerçekleştirilen sorumluluklar ve toplumun yararına yapılan organizasyonlar sunulmaktadır. “Çevre” başlığı altında ise işletmenin çevreye karşı olan yükümlülükleri özelinde uygulanan faaliyetler yer almaktadır. Ayrıca işletmenin; işgücü, toplum, ekonomik performans, çevre ve finansal verilerden elde ettiği bilgileri “Bilgi Tabloları” başlığı altında yıllar bazında karşılaştırmalı olarak raporladığı belirlenmiştir.

Emirates Airlines’da diğer işletmelerden farklı olarak bilgilerini KSS Raporu yerine Çevre Raporu başlığı altında sunduğu belirlenmiştir. 11 bölümden oluşan raporda “Uçuş Operasyonları” başlığı altında uçuş faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkileri sunulurken, “Yer Operasyonları” başlığı altında tesislerin enerji yönetimine ilişkin bilgiler ve geri dönüşümle ilgili bilgiler yer almaktadır. “Biy çeşitlilik ve Koruma” başlığı altında vahşi hayatta varolan türlerin korunması için işletmenin aldığı tedbirler ve kurduğu ortaklıklarla ilgili bilgiler sunulmaktadır. İşletmenin toplum yararına gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetleri ise “Toplum” başlığı altında vurgulanmaktadır.

Southwest Airlines’ın ise kurumsal web sitesinden dört başlık altında 52 sayfadan oluşan bir KSS raporu sunduğu belirlenmiştir. “İnsanlar” başlığı altında işletmenin çalışanları, müşteri ve tedarikçilerine yönelik gerçekleştirilen faaliyetlerle toplum için yapılan organizasyonlarla ilgili bilgiler bulunmaktadır. “Gezegen” başlığı altında ise sorumlu kaynak kullanımı, çevreye olan olumsuz etkilerin azaltılması, enerji ve yakıt kullanımı gibi konularda işletmenin aldığı önlemler vurgulanmaktadır.

Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı’nın kurumsal web sitesinde ise KSS faaliyetlerinin “Sürdürülebilirlik Raporu” başlığı altında 57 sayfalık bir raporla sunulduğu belirlenmiştir. Sözkonusu raporun 6 bölümden oluştuğu saptanmıştır. Raporda; “Ortaklığımız Hakkında” başlığı altında işletmenin aldığı ödüller yıllar bazında belirtilirken, “Sürdürülebilirlik Yönetimi” başlığı altında işletmenin sürdürülebilirlik konusundaki bağlı, kurumsal yönetim anlayışı ve iş ahlakı kavramının işlendiği gözlemlenmiştir. “Çevre” başlığı altında çevre, atık ve gürültü yönetimi, iklim değişikliği ile mücadele, yakıt verimliliği gibi konular vurgulanmaktadır. Kurumsal emniyet, müşteriler, çalışanlar ve sosyal sorumluluk gibi alt başlıklar ile ilgili bilgiler ise “Sosyal” başlığı altında sunulmaktadır.

Pegasus Hava Taşımacılığı’nın, kurumsal web sitesinden “Sürdürülebilirlik” ana başlığı altında işletmenin sahip olduğu çevre sertifikalarını erişime sunduğu ayrıca “Çevre Amaçlarımız” alt başlığında hedeflerini sıraladığı görülmektedir. Bununla birlikte

web sitesinin kurumsal yönetim bölümünde “Politikalar” başlığı altında “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Politikası”, “Bağış ve Yardım Politikası” gibi taahhüdlerini ifade eden belgelerle konuya verdikleri önem vurgulanmaktadır. İşletmenin faaliyet raporunda da çevreyi korumak adına gerçekleştirilen araştırma ve geliştirme çalışmalarını ve sosyal sorumluluk projelerine yönelik bilgiler yer almaktadır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda belirlenen yöntemlere göre analiz dâhilindeki havayolu işletmelerinin yukarıda açıklanmaya çalışılan kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili faaliyet alanlarından toplanan veriler kodlanmış ve kodlara uygun temalar belirlenmiştir. Havayolu işletmelerinin gerçekleştirdikleri faaliyetler 32 kod, 4 uygun tema altında (çevre, toplum, çeşitlilik, etik uygulamalar) Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2: Oluşturulan Kodlar ve Temalar

ÇEVRE	TOPLUM	ÇEŞİTLİLİK	ETİK UYGULAMALAR
Enerji ve su tasarrufu	Eğitim ve gelişim fırsatları	Çalışan çeşitliliği	İnsan hakları
Kağıt tasarrufu	Sağlık ve güvenlik fırsatları	Tedarikçi çeşitliliği	Yasadışı ticaret zincirini engelleme
Yakıt tüketimi tasarrufu	Gazilere ve orduya destek		Fırsat eşitliği
Ağırlık azaltma	İstihdam oluşturmak		Yolsuzlukla ve rüşvetle mücadele
Ses kirliliğini azaltma	Vakıflar		Etik kodu oluşturma
Emisyonları azaltma	Bağış		
Karbon ayakizi azaltma	Acil durum ekibi		
Atık azaltımı ve geri dönüşüm	Müşteri mahremiyetine saygı		
Çevre dostu araçlar	Hükümet ile işbirliği		
Çevre dostu binalar	Sanata destek		
Sürdürülebilir ürün kullanımı	Açlıkla mücadele		
Yenilenebilir kaynak kullanımı			
Biyçeşitliliği koruma			
Sera gazı salınımını azaltma için alternatif yakıt kullanımı			

Havayolu işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirme sıklığına göre belirlenen kodlardan temalar tanımlanmıştır. Belirlenen temalardan en fazla kod “Çevre” temasına aittir. Çevre teması altında 14 adet kod belirlenmiştir. Çevre temasını, 11 kod ile “Toplum” teması, 5 kod ile “Etik Uygulamalar” teması ve 2 kod ile “Çeşitlilik” teması izlemektedir. Söz konusu dört tema altındaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, havayolları işletmelerindeki varlığı veya yokluğu Tablo 3’teki işaretlemelerle sunulmaktadır. Aşağıda sunulan matris Holcomb vd, (2007) çalışmasında geliştirilen matrsten esinlenerek hazırlanmıştır. Söz konusu çalışmada belirli kriterlere göre seçilen en iyi on konaklama işletmesinin web

sitelerinde, yıllık raporlarında ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında sunulan bilgilere içerik analizi uygulanmıştır.

Tablo 3 incelendiğinde havayolu işletmelerinin gerçekleştirdiği KSS faaliyetlerinin en çok “Çevre” teması üzerine yoğunlaşmış olduğu görülmektedir. Bu durum işletmelerin faaliyet alanından kaynaklı çevreye verdiği zararı en aza indirmek için çabaladığını ve doğal çevrenin sürdürülebilirliği açısından sorumluluk aldıklarının göstergesi olarak kabul edilebilir. Ayrıca American Airlines, Delta Airlines, Southwest Airlines ve Türk Hava Yolları’nın çevre alanında performanslarını geliştirmek amacıyla “Çevre yönetim sistemi”ni kullandıklarını raporladıkları saptanmıştır.

Çevre teması altında belirlenen faaliyetlerin hepsini gerçekleştiren işletme bulunmamasıyla birlikte, oranların birbirlerine yakın olduğu ve American Airlines, United Airlines, Southwest Airlines ve Türk Hava Yolları’nın diğer işletmelerden daha sık olarak çevre faaliyetlerini gerçekleştirdiği ve bu faaliyetlerini raporladıkları saptanmıştır. Buna karşın Pegasus Hava Taşımacılığı ve Delta Airlines’ın çevre teması altında en az faaliyet gösteren ve bunlarla ilgili en az bilgi sunan işletmeler olduğu görülmektedir. Pegasus Hava Taşımacılığı’nın çevre teması altında belirlenen 14 kod’dan 6 tanesinde, Delta Airlines’ın ise 4 tanesinde faaliyet göstermediği ve bu bilgileri paylaşmadığı görülmektedir. Yine analiz sonucunda incelenen tüm işletmelerce çevre teması altında raporlanan faaliyetlerin “Enerji ve su tasarrufu, yakıt tasarrufu, karbondioksit emisyonunun azaltılması atık azaltımı ve geri dönüşümünün ve sera gazı salınımını sınırlamak için alternatif yakıt kullanımı” olduğu saptanmıştır. Buna karşın çevre teması altında incelemeye dâhil 7 havayolu işletmesinden en fazla raporlanmayan faaliyetin “çevre dostu araçlar” olduğu belirlenmiştir.

İncelenen havayolu işletmelerinin toplumun tüm paydaşlarının refah seviyesini yükseltmek için gerçekleştirdikleri hayırseserlik faaliyetlerini “Toplum” teması altında sundukları belirlenmiştir. Araştırma dahilindeki işletmelerden Delta Airlines’ın belirlenen tüm kodlarla ilgili faaliyetlerini raporladığı, Emirates Airlines’ın ise diğer işletmelere göre konu ile ilgili en az bilgi veren havayolu işletmesi olduğu saptanmıştır.

Tablo 3: İşletmelerin Gerçekleştirdikleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

	ÇEVRE													TOPLUM										ETİK UYG.					ÇEŞİTLİLİK				
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	Ğ	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	Q	X	W	%
1.American Airlines	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	90.6 2
2.Delta Airlines	+		+		+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	87.0 5
3.United Airlines	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+			+		+	+	+	+	+	+	81.2 5
4.Emirates Airlines	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+			+	+						+		+						56.2 5
5.Southwest Airlines	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	87.0 5
6.Türk Hava Yolları	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	87.5 0	
7.Pegasus Hava Taş.	+	+	+	+		+		+			+		+	+	+		+		+	+	+	+			+				+	+	+		59.3 7

A: Enerji ve su tasarrufu, B: Kağıt tasarrufu, C: Yakıt tüketimi tasarrufu, Ç:Araçlarda ağırlık azaltma, D: Ses kirliliği azaltma, E: Karbondioksit emisyonunu azaltma, F: Karbon ayakizini azaltma, G: Atık azaltımı ve geri dönüşüm, Ğ: Çevre dostu araçlar, H: Çevre dostu binalar, I: Sürdürülebilir ürün, İ: Yenilenebilir enerji kullanımı, J: Biyoçeşitliliği koruma, K: Sera gazı salınımını sınırlamak için alternatif yakıt kullanımı, L: Eğitim ve gelişim fırsatları, M: Sağlık ve güvenlik fırsatları, N: Gazilere ve orduya destek, O: İstihdam yaratmak, Ö: Vakıflar, P: Bağış, R:Acil durum ekibi, S: Müşteri mahremiyetine saygı, Ş: Hükümetle işbirliği, T: Sanata destek, U: Açlıkla mücadele, Ü: İnsan hakları, V: Yasadışı ticaret zincirini engelleme, Y: Fırsat Eşitliği, Z: Yolsuzluk ve rüşvetle mücadele, Q: Etik kodu oluşturma, X: Çalışan çeşitliliği, W: Tedarikçi çeşitliliği.

Analiz sonucunda incelenen tüm işletmelerce toplum teması altında raporlanan faaliyetlerin “Eğitim ve gelişim fırsatları, sağlık ve güvenlik fırsatları ile bağışlar” olduğu saptanmıştır. Buna karşın işletmelerin “açlıkla mücadele” koduna katılımının az olduğu gözlemlenmiştir. Raporlar genel olarak incelendiğinde, United Airlines’ın özellikle eğitim alanında, Southwest Airlines’ın sağlık, Emirates Airlines’ın ise çocuklar ve hayvanların korunması için faaliyetler gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Türk Hava Yolları’nın isesosyal sorumluluk altında gerçekleştirdiği faaliyetleri, raporunda organizasyonlar, programlar ve sponsorluklar olarak ayrı ayrı ele aldığı görülmektedir.

“Etik Uygulamalar” teması, işletmelerin ahlaki ve kültürel değerleri temel alarak toplum için gerçekleştirdikleri faaliyetleri kapsamaktadır. Delta Airlines’ınve Türk Hava Yolları’nın “Etik Uygulamalar” teması altında oluşturulan tüm kodlarla ilgili bilgi sunduğu, buna karşın Emirates Airlines’ın “yasadışı ticaret zincirini engelleme” kodu haricinde herhangi bir kodla ilgili bilgi sunmadığı görülmektedir. İşletmelerin büyük bir kısmının “etik kodu oluşturma”, “insan hakları”, “fırsat eşitliği” kodları üzerinde durduğu gözlemlenmiştir. Buna karşın incelenen 7 havayolu işletmesinin “Etik Uygulamalar” teması altından en az bilgi verdikleri kodun “Yasadışı ticaret zincirini engelleme” olduğu görülmüştür.

Tablo 3 incelendiğinde inceleme kapsamındaki 7 havayolu işletmesinden 4 tanesinin (American Airlines, Delta Airlines, United Airlines ve Southwest Airlines) “Çeşitlilik” teması ile ilgili 2 kodla ilgili tam katılım sağladığı ve raporladığı görülmektedir. Buna karşın Emirates Airlines’ın hiçbir kodla ilgili bildirimde bulunmadığı, Türk Hava Yolları ve Pegasus Hava Taşımacılığı’nın ise “Tedarikçi Çeşitliliği” hakkında bilgi sunmadığı belirlenmiştir. “Çeşitlilik” teması tüm paydaşlar için dil, din, ırk, cinsiyet, cinsel yönelim ayrımcılığına izin verilmemesini kapsamaktadır. Raporlar incelendiğinde katılım gösteren işletmelerden dört tanesinin hem çalışanlar hem de tedarikçileri için bu kavramı benimsediği ve üzerinde durduğu gözlemlenmiştir. Türk Hava Yolları ve Pegasus Hava Taşımacılığı’nın ise çalışan çeşitliliği ile ilgili ayrıntılı bilgi sunarken, tedarikçi çeşitliliği ile ilgili net bir bilgi sunmadığı dikkat çekmektedir.

6. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde tüm insanlığın ortak sorunu haline gelen çevre, insan hakları, çalışan hakları, eğitim, yolsuzluk gibi konular işletmelere yeni sorumluluklar yüklemekte, toplumsal beklenti ve isteklerin artmasına neden olmaktadır. İşletmeler, beklentiler karşısında tüm paydaşları için gönüllü şekilde bu sorumlulukları yerine getirerek hem bütün paydaşlarına hem de kendilerine fayda sağlamaya çalışmaktadırlar. İşletmeler tarafından gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri aynı zamanda sürdürülebilir gelişimi olumlu yönde etkilemektedir. Bu bağlamda her alanda kurumsal sosyal sorumluluğu benimseyerek hareket eden işletmeler sosyo-ekonomik ve çevresel gelişimin devamlılığına katkıda bulunmaktadır (Gemici, 2010).

Son yıllarda havayolu endüstrisi dünyada çok büyük bir hızla gelişmekte, gerek uluslararası gerekse kıtalararası bütünleşmede büyük rol oynamaktadır. Hava ulaşımının gelişmesi; uluslararası ticaretin büyümesini, insanların daha hızlı ve kolay seyahat etmesini ve turizm endüstrisinin gelişmesini sağlamıştır. Bu nedenle havayolu endüstrisindeki işletmelerin gelişmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması önem arz etmektedir. Dünyadaki havayolu endüstrisinin ekonomik büyüklüğü ve tercih edilirliliği göz önünde bulundurulduğunda endüstride faaliyet gösteren işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmesi büyük önem taşımaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğun yarattığı olumlu etkiler, paydaşlar ve işletme arasında güçlü

ilişkiler kurmaktadır. Bundan dolayı havayolu işletmelerinin stratejileri açısından öncelikli çevreyi koruma, paydaş ile toplumun refahını sağlamak için faaliyetlerde bulunma ve etik olgusuyla hareket etmenin önemli olduğu düşünülmektedir. Endüstrideki işletmelerin bu faaliyetlerde bulunması kadar faaliyetlerini uluslararası standartlar çerçevesinde raporlaması ve kamuoyu ile paydaşlarıyla paylaşması da çok önemlidir.

Havayolu yolcu taşımacılığı endüstrisindeki kurumsal sosyal sorumluluğun artan önemi bağlamında bu çalışmada, dünyada marka değeri en yüksek ilk beş havayolu işletmesi ile taşınan yolcu, iç hat ve dış hat yolcu paylarına göre Türkiye'deki en büyük iki havayolu işletmesi olan Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı ve Pegasus Hava Taşımacılığı'nın kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile bu faaliyetleri raporlama düzeyleri, içerik analizi ile işletmelerin kurumsal sorumluluk raporları üzerinden tespit edilmeye çalışılmıştır. Gerçekleştirilen içerik analizi neticesinde elde edilen bulgular bağlamında işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmek ve toplumla paylaşmak için farklı başlıklar altında (geleceğe bakış, çevresel sürdürülebilirlik, gezegen gibi) ayrı bir bölüm oluşturdukları gözlemlenmiştir.

Genel olarak ana temalar ve alt faaliyetler incelendiğinde, örneklem içerisindeki işletmelerin birbirlerine yakın düzeyde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporladıkları saptanmıştır. Bu bulgu, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramına genel olarak önem verdiklerini ve gerçekleştirdikleri faaliyetleri bildirme eğilimi içerisinde olduklarını göstermektedir. Bu bulgunun Öztürk (2016)'ün çalışması ile paralellik gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte uygulanan faaliyetlerin raporlanmasına verilen önem bakımından Cowper-Smith ve De Grosbois (2011)'in çalışmaları ile farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Çalışma sonucunda ayrıca havayolu işletmelerinin en fazla "Çevre" teması altındaki sosyal sorumluluk faaliyetlerine odaklandıkları gözlemlenmiştir. Söz konusu bulgu, bu endüstride ve farklı endüstrilerde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çevre temasında yoğunlaşması bakımından Ateşoğlu ve Türker, (2010); Golja ve Nizic, (2010); Sheldon ve Park, (2010); Cowper-Smith ve de Grosbois, (2011)'in çalışma sonuçları ile paralellik göstermektedir. Tüm işletmelerin çevre kirliliğini azaltmaya yönelik alternatif yakıt kullanımı ile ilgili tam bilgi sağlaması ve bu konuya verilen hassasiyetin artması Sgouridis, Bonnetog ve Hansman (2011)'in çalışmalarının sonucu ile paralellik göstermektedir. Ancak buna karşın çevre teması altında belirlenen faaliyetlerin tamamını gerçekleştiren işletmenin olmaması bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Bununla beraber analize dahil edilen havayolu işletmelerinin çevre teması altında en düşük seviyede raporladıkları faaliyetin çevre dostu araçlar olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda analize dahil havayolu işletmelerinde çevre teması altındaki bütün faaliyetleri gerçekleştirmeleri ve raporlamalarının yanı sıra özellikle çevre dostu araçların satın alınması ve kullanılmasının çevre bağlamında önemli bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti olacağı düşünülmektedir. Yine etik uygulamalar teması altında yasadışı ticaret zincirinin önlenmesi kodunun en az raporlanan kod olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda da analize dahil edilen havayolu işletmelerinin bu kodla ilgili daha fazla kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirmeleri ve bunları raporlamaları önerilebilir.

Araştırmaya dahil edilen havayolu işletmelerinin kurumsal web sayfaları incelendiğinde United Airlines dışındaki tüm işletmelerin kurumsal sorumluluk ile ilgili ayrı bir rapor sunduğu görülmektedir. Bölümlerin içeriğinin incelenmesi sonucunda belirlenen temalar altında işletmelerin birbirlerine yakın oranlarda faaliyetlerini bildirdikleri görülmektedir. Bununla birlikte belirlenen dört tema altında otuz iki uygulama içinden yirmi dokuzunu gerçekleştirip raporlayarak en çok kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştiren işletmenin American Airlines olduğu

gözlemlenmiştir. Emirates Airlines ise otuz iki uygulama içinden on sekizini gerçekleştirerek araştırma kapsamında işletmeler içinde en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti uygulayan ve raporlayan işletme olduğu görülmüştür. Bu durumun Emirates Airlines'ın bulunduğu raporda çevre ve toplum ile ilgili gerçekleştirilen faaliyetler hakkında detaylı bilgi verirken, diğer işletmelere göre çalışan ve müşteriler ile ilgili detaylı bilgi sağlamamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Türkiye'den örneklem dahilinde incelenen havayolu işletmeleri bağlamında ise Türk Hava Yolları'nın belirlenen dört tema altında otuz iki uygulama içinden yirmi sekizini gerçekleştirip raporlayarak en çok kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştiren American Airlines'dan sonra geldiği belirlenmiştir. Pegasus Hava Taşımacılığı'nın ise otuz iki uygulama içinden ondokuz uygulamayı raporladığı ve bu bağlamda araştırma kapsamında işletmeler içinde en az faaliyet raporlayan Emirates Airlines'dan sonra geldiği saptanmıştır. Türkiye'den örneklem dahilinde incelenen havayolu işletmeleri bağlamında Türk Hava Yolları ile Pegasus Hava Taşımacılığı'nın çeşitlilik başlığı altında tedarikçi çeşitliliği ile ilgili net bilgi sunmadıkları belirlenmiştir. Bu bağlamda sözkonusu işletmelerin tedarikçi çeşitliliği açısından kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmeleri ve bunları raporlamaları önerilebilir.

Konuyla ilgili literatür bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile ilgili çok sayıda çalışma yapıldığı gözlemlenmektedir. Ancak tarafımızca kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin havayolu işletmelerinde uygulanması ve raporlanması ile ilgili kısıtlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır. Bu kapsamda çalışma sonuçlarının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun dışında havayolu endüstri profesyonellerine de dünyanın en yüksek marka değerine sahip havayolu işletmeleri ile Türkiye'nin en büyük iki havayolu işletmesinin kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili olarak hangi faaliyetleri yerine getirdikleri ve bu faaliyetleri nasıl raporladıklarına ilişkin bilgi sunması açısından da çalışma sonuçlarının katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın sadece yedi havayolu işletmesi ile sınırlı olması araştırmanın kısıtlamasıdır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda daha geniş örneklemi içeren çalışmaların yapılması önerilebilir. Bununla beraber havayolu yolcu taşımacılığı endüstrisinde yer alan işletmelerin yöneticileri üzerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve bunların raporlanmasıyla ilgili düşünce ve algılarının belirlenmesine yönelik gerçekleştirilecek çalışmaların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

7. Kaynakça

- Alpaslan, A. (2012), Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Firma Performansı Arasındaki İlişki: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Akmeşe, H. ve Aras, S. (2016), "Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Farkındalıkları ve Uygulamaları", Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 18 (Özel Sayı-1), ss. 917-942.
- American Airlines, (2015). 11.06.2017 tarihinde <http://c.hub.aa.com/american-facts/CRR-Report-2016.pdf> adresinden erişildi.
- Asatryan, R. (2013), "The Effect Of CSR Initiatives On Customer Loyalty in the Airline Industry", Mathematics and Computers in Contemporary Science, ss. 66-71.
- Ateşoğlu, İ. ve Türker, A. (2010), "Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15 (3), ss. 207-226.
- Aydın, B. ve Erdoğan, Z. (2016), "Restoranların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Müşteri Bağlılığına Etkisi", Turizm Akademik Dergisi, 3, (1), ss. 11-27.

- Brandfinance, (2017). 02.06.2017 tarihinde http://brandirectory.com/league_tables/table/airlines-50-2017 adresinden erişildi.
- Büyüksalvarcı, A., Şapcılar, M.C. ve Uyaroğlu, A. (2016), "Kurumsal Oteller ve Sosyal Sorumluluk Projelerinin Değerlendirilmesi", Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi, 12, ss. 187-194.
- Can, M. (2013), Zincir Otel İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Carroll, A.B. (1979), "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", The Academy of Management Review, (4), ss. 497-505.
- Chan, W.W. ve Mak, B. (2005), "An Analysis of the Environmental Reporting Structures of Selected European Airlines", International Journal of Tourism Research, 7, ss.249-259.
- Chen, F.Y., Chang, Y.H. ve Lin, Y.H. (2012), "Customer Perceptions of Airline Social Responsibility and Its Effect on Loyalty", Journal of Air Transport Management, 20, ss. 49-51.
- Delta Airlines, (2015). 11.06.2017 tarihinde https://www.delta.com/content/dam/delta-www/about-delta/corporate-responsibility/2015DeltaAirLines_CorporateResponsibility_Report.pdf adresinden erişildi.
- DHMI, (2016). 31.12.2017 tarihinde http://www.dhmi.gov.tr/DHMIPage.aspx?mnulD=195#.Wku5cN9I_IU adresinden erişildi.
- Doğdubay, M ve Karan, İ. (2015), "Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Etik Uygulamaların SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi", Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3 (4), ss. 24-32.
- Durovic, M.,Jakovic, B. ve Tubic, D. (2015), "Hotel Corporate Social Responsibility (CSR) Reporting", The Macrotheme Review, 4(6), ss. 50-61.
- Emirates, (2015). 11.06.2017 tarihinde <http://content.emirates.com/downloads/ek/pdfs/environment/ENVIRONMENT-REPORT-201516.pdf?> adresinden erişildi.
- Erkman, T. ve Şahinoğlu, F. (2012), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine İlişkin Çalışan Algıları ile Örgütsel Bağlılığın Hizmet Sektöründe İncelenmesi", Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 33 (2), ss. 267-294.
- Garay, L. ve Font, X. (2012), "Doing Good to Do Well? Corporate Social Responsibility Reasons, Practices and Impacts in Small and Medium Accommodation Enterprises", International Journal of Hospitality Management, 31, ss. 329-337.
- Gemici, B. Ç. (2010). Kurumsal İmaj ve İtibar Yönetiminde Güncel Bir İletişim Stratejisi Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Golja, T. ve Nizic, M. K. (2010), "Corporate Social Responsibility In Tourism – The Most Popular Tourism Destinations In Croatia: Comparative Analysis", Management: Journal of Contemporary Management Issues, 15 (2), ss. 107-121.
- Grosbois, D. D. (2012), "Corporate Social Responsibility Reporting by the Global Hotel Industry: Commitment, Initiatives and Performance", International Journal of Hospitality Management, 31, ss. 896-905.
- Hansen, S. D., Dunford, B. B., Boss, A.D., Boss, R. W. ve Angermeier, I. (2011), "Corporate Social Responsibility and the Benefits of Employee Trust: A Cross-Disciplinary Perspective", Journal of Business Ethics, 102 (1), ss. 29-45.
- Holcomb, J. L., Upchurch, R. S. ve Okumuş, F. (2007), "Corporate Social Responsibility: What Are Top Hotel Companies Reporting?", International Journal of Contemporary Hospitality Management, 19 (6), ss. 461-475.
- IATA, (2017). 28.06.2017 tarihinde <http://www.iata.org/publications/economics/Pages/industry-performance.aspx> adresinden erişildi.

- Inoue, Y. ve Lee, S. (2011), "Effects of Different Dimensions of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance in Tourism-Related Industries", *Tourism Management*, 32, ss. 790-804.
- Investopedia, (2017). 01.07.2017 tarihinde <http://www.investopedia.com/features/industryhandbook/airline.asp?ad=dirN&qo=investopediaSiteSearch&qsr c=0&o=40186> adresinden erişildi.
- Kaur, P. (2013), "Corporate Social Responsibility's Effect on Consumer Buying in the Restaurant Industry of India", *International Journal of Business and Management Invention*, ss. 12-21.
- Karadeniz, E. ve Ünlübulduk, S. (2017). Dünyada marka değeri en yüksek yiyecek-içecek işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin değerlendirilmesi. VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu (ss. 301-312). Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- Kaya, D. (2016), "Havayolu Taşımacılığı Sektörü", *Türkiye İş Bankası Raporu*, 5-7.
- Kim, E.E.K., Kang, J. ve Mattila A.S. (2012), "The Impact of Prevention Versus Promotion Hope On Csr Activities", *International Journal of Hospitality Management*. 31, ss. 43-51.
- Kim, M.C. ve Kim Y.H. (2014), "Corporate Social Responsibility and Shareholder Value Of Restaurant Firms", *International Journal of Hospitality Management*, 40, ss. 120-129.
- Korul, V. (2003), "Havaalanı Çevre Yönetim Sistemi", *Sosyal Bilimler Dergisi*, ss. 99-120.
- Leaniz, P. M. G., Ruiz, A. P. ve Bosque, I. R. (2012), "Analysis of The Corporate Social Responsibility Practice in the Tourism Sector: A Case Study", *Cuadernos de Turismo*, n.30, ss. 309-312.
- Lee, S. ve Heo, C.Y. (2009), "Corporate Social Responsibility and Customer Satisfaction Among USA Publicly Traded Hotels And Restaurants", *International Journal of Hospitality Management*, 28, ss. 655-657.
- Lee, S. ve Park, S.Y. (2009), "Do Socially Responsible Activities Help Hotels And Casinos Achieve Their Financial Goals?", *International Journal of Hospitality Management*, 28, ss. 105-112.
- Lee, S., Seo, K. ve Sharma A. (2013), "Corporate Social Responsibility and Firm Performance in the Airline Industry: The Moderating Role Of Oil Prices", *Tourism Management*, 28, ss. 20-30.
- Lynes, J.K. ve Andrachuk, M. (2008), "Motivations for Corporate, Social and Environmental Responsibility: A Case Study of Scandinavian Airlines", *Journal of International Management*, 14, ss. 377-390.
- Montalbo, E.E. (2015), "Corporate Social Responsibility Approaches and Implementation in Selected Fast Food Restaurants in Batangas City, Philippines", *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 3, 3.
- Özer, E. Z. ve Akbaba, A. (2016), "Marka Konumlandırma Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Etkisi: İstanbul İlindeki Zincir Restoran İşletmelerinde Bir Araştırma", *Çatalhöyük Uluslararası Turizm Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 16, ss. 1-16.
- Özgen, E. (2007), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi", *D.Ü.Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8, ss. 1-6.
- Öztürk, C. (2016), "Gökyüzünün Hakimleri: Bazı Avrupa Hava Yolu Şirketlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Çevresel Açından İncelenmesi", *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18 (1), ss. 475-509.
- Pegasus Hava Taşımacılığı, (2017). 30.12.2017 tarihinde <http://www.pegasusinvestorrelations.com/operasyonel-ve-finansal-veriler/faaliyet-raporlari.aspx>, <http://www.pegasusyatirimciliskileri.com/kurumsal-yonetim/politikalar/default.aspx> ve <http://www.pegasusyatirimciliskileri.com/kurumsal-yonetim/politikalar/default.aspx>

- w.pegasusyatirimciiliskileri.com/kurumsal-yonetim/surdurulebilirlik.aspx adreslerinden erişildi.
- Phillips, E.D. (2006), "Corporate Social Responsibility in Aviation", *Journal of Air Transportation*, 11, ss. 1.
- Rudez, H.N. (2010), "Integration of Corporate Social Responsibility in to Loyalty", *Tourism and Hospitality Management*, 16, ss. 101-108.
- Sgouridis, S., Bonnefoy, P. ve Hansman, R. (2011), "Air Transportation in a Carbon Constrained World: Long-Term Dynamics of Policies and Strategies for Mitigating the Carbon Footprint of Commercial Aviation", *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 45, ss. 1077-1091.
- Sheldon P. J. ve Park S. Y. (2011), "An Exploratory Study Of Corporate Social Responsibility in the U.S. Travel Industry", *Journal of Travel Research*, 50 (4), ss. 392 –407.
- Smith, A. ve Grosbois, D. (2011), "The Adoption of Corporate Social Responsibility Practices in the Airline Industry", *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (1), ss. 59-77.
- Southwest, (2015). 11.06.2017 tarihinde <http://southwestonereport.com/2015/#/adresinden> erişildi.
- Tsai, H. ve Hsu, J. (2008), "Corporate Social Responsibility Programs Choice and Costs Assessment in the Airline Industry- A Hybrid Model", *Journal of Air Transport Management*, 14, ss.188-196.
- Tsai, H., Tsang, N. K. E. ve Cheng, S. K. Y. (2012), "Hotel Employees Perceptions on Corporate Social Responsibility: The Case Of Hong Kong", *International Journal of Hospitality Management*, 31, ss. 1143-1154.
- TOBB Sivil Havacılık Sektör Raporu (2017), 30.07.2018 tarihinde https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2018/sivil_havac%C4%B1%C4%B1k_raporu_web%20hali.pdf adresinden erişildi
- Tong, C. ve Wong, A. (2016), "The Effects of Corporate Social Responsibility of Fast-Food Restaurants on Corporate Reputation", *Journal of Marketing and HR*, 3, 1.
- Torum, O. ve Yılmaz, A. (2009), "Havacılıkta Sürdürülebilirlik Yönetimi: Türkiye'deki Hava Limanları İçin Sürdürülebilirlik Uygulamaları Araştırması", *Havacılık ve Uzun Teknolojileri Dergisi* 4 (2), ss. 47-58.
- Türk Hava Yolları, (2017). 29.12.2017 tarihinde <http://investor.turkishairlines.com/tr/kurumsal/etik-degerler> adresinden erişildi.
- Türker, N. ve Uçar, M. (2013), "Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumlulukları", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (3), ss. 155-1838.
- United, (2015). 11.06.2017 tarihinde <http://crreport.united.com/> adresinden erişildi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, İstanbul.