



BİST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİNDE YER ALAN ŞİRKETLERİN MİSYON İFADELERİNİN KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN ANALİZİ *

Analysis In Terms Of Corporate Sustainability Of Mission Statements From The Companies In Bist Sustainability Index

Öğr.Gör. Safa ACAR

Siirt Üniversitesi, Kurtalan MYO, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, safaacar@siirt.edu.tr, Siirt/Türkiye
Acar, S. (2017). "Bist Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan Şirketlerin Misyon İfadelerinin Kurumsal Sürdürülebilirlik Açısından Analizi", Vol:3, Issue:14; pp:215-223 (ISSN:2149-8598)

ARTICLE INFO

Article History

Makale Geliş Tarihi

Article Arrival Date

XX/XX/2017

Makale Yayın Kabul Tarihi

The Published Rel. Date

XX/XX/2017

Anahtar Kelimeler

Kurumsal Sürdürülebilirlik

Misyon

Sürdürülebilir Kalkınma

Keywords

Corporate Sustainability

Mission

Sustainable Development

ÖZ

Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda şirketlerin karlılık hedeflerinin yanında farklı alanlara da dikkat etmesi gerektiğini belirten bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı firmaların kar amaçlı çalışmalarının yanında çevreyi koruma faaliyetlerini, toplumsal eşitlik ve adalete yönelik adımları ve sürdürülebilir kalkınma faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu çerçevede şirketlerin kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerini daha net belirlemek için Borsa İstanbul bünyesinde kurumsal sürdürülebilirlik endeksi 2014 yılından itibaren yayınlanmaya başlanmıştır.

Bu araştırmada belirli standartlara ulaşarak BİST sürdürülebilirlik endeksinde 2016 yılında yer alan şirketlerin misyon ifadelerinde hangi öğelerin kullanıldığı ve kullanılan öğelerin kurumsal sürdürülebilirlik ile olan uyumu analiz edilmiştir. Bu amaçla BİST sürdürülebilirlik endeksinde yer alan 42 şirketin misyon ifadesinden ulaşabildiğimiz 39 tanesine ulaşılarak elde edilen misyon ifadeleri içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş ve sonuç olarak elde edilen bulgular şirketlerin sosyal sorumluluklarla ilgili kelimelerin misyon ifadelerinde yer aldığını fakat çevresel sorumlulukla ilgili kelimelerin misyon ifadelerinde yeterince yer bulamadığını göstermiştir.

ABSTRACT

The concept of corporate sustainability emerges as a concept that in recent years, companies have been paying attention to different areas as well as their profitability goals. The concept of corporate sustainability includes environmental protection activities, steps towards social equity and justice and sustainable development activities, as well as profit-making for companies. In order to more clearly determine the corporate sustainability activities of the companies in this framework, the corporate sustainability index in the Istanbul Stock Exchange started to be published starting from 2014.

In this research, it has been analyzed which items are used in the mission statements of the companies in 2016 in BIS sustainability index and the compatibility of used items with corporate sustainability. For this purpose, the mission statements obtained by reaching 39 of the 42 companies in the BİST sustainability index were obtained through the mission statement and analyzed by means of content analysis method and the resultant findings were that the words related to social responsibilities were included in the mission statements but It showed that the words related to environmental responsibility were not found enough in the mission statements.

1. GİRİŞ

Günümüz dünyasında şirketler değişim ve dönüşüm içindedir. son yüzyıldaki teknolojik gelişmeler, ticaretteki hız ve küreselleşme ticaret firmalarının önemini daha da arttırmakta ve bu önem firmalara çok daha fazla sorumluluk yüklemektedir. Özellikle bireylerin ve genel olarak toplumların ticaret şirketlerinden olan beklentileri artmakta ve şirketlere düşen sorumluluk daha fazla yükselmektedir. 20. yüzyılın ortalarına kadar ticaret firmaları genellikle ticari faaliyetlerde bulunarak ve sadece kar amacı güderek ticaret yapmaktaydılar. Şirketlerin genel amacı kendi yaşam sürelerini uzatabilmek ve ticari kar elde edebilmekten ibaret olarak kalmaktaydı. Ancak firmaların sadece kendi geleceklerini düşünerek ve sadece kar amacı güderek hayatta kalma şanslarının azalması ile yeni arayışlar ortaya çıkmaya başladı. Bireyler ve Toplumlar hayatlarında önemli bir yer tutan firmalardan farklı sorumluluk alanlarında beklentilere girerek bu alanlarını geliştirmelerine yönelik taleplerde bulunmaya başladılar. Bu beklentilerin sonucu olarak 20. yüzyılın ortalarından itibaren şirketlerde değişimler ve dönüşümler ortaya çıkmaya başladı. Ticaret işletmeleri sadece kar amaçlı çalışan

*Bu çalışma 11-14 Mayıs 2017 tarihleri arasında Gaziantep'te düzenlenen AL-FARABİ Kongresinde sunulan çalışmanın genişletilerek hazırlanmıştır.

şirketler olmaktan ziyade daha çok toplumsal, çevresel ve küresel problemlere yönelen duyarlı bir anlayışa yönelmeye başladılar. Ticari hayatta ve şirket yönetimlerinde yenilikler bu değişimlerin sonucu olarak ortaya çıkmaya başlamıştır. Burada öne çıkan en önemli kavramlardan biri kurumsal yönetim diğeri ise kurumsal sürdürülebilirlik olmaktadır.

Kurumsal yönetim şirketlerin yönetim biçimi ile ilgili yenilikler getirirken kurumsal sürdürülebilirlik kavramı şirketin toplum ile olan ilişkilerinde düzenlemeler getirmektedir. Özellikle 1980'li yıllarda Amerika'da ve İngiltere'de ortaya çıkan şirket skandalları ve şirket yöneticilerinin şirket sahiplerine karşı olumsuz tutumları yönetim sistemlerinde yeniliğe ihtiyaç olduğuna dair ipuçları vermeye başlamıştır. Bu ipuçlarından hareketle şirket yönetimi ve şirket sahipleri arasında uyum problemleri olduğu anlaşılmaktadır. Bu sebeple kurumsal yönetim genel olarak şirket yönetimine özeldir ise yönetici ve pay sahipleri arasındaki uyuma önem vermektedir.

Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı ise esas olarak kurumsal yönetimin bir parçası olarak düşünülmeyle birlikte son yıllardaki gelişmeler kurumsal sürdürülebilirlik kavramını da ayrı bir konuma taşımaktadır. Özellikle şirketlerin daha uzun yaşayabilmeleri için gerekli olan bütün paydaşları ile iletişim kurumsal sürdürülebilirliğin önemini daha da artırmaktadır. Şirketler kendi finansal hedeflerine ek olarak ortak hareket etmeye başladıkları müşterilerin, çalışanların, tedarikçilerin ve genel olarak toplumun ihtiyaçlarını karşılamak üzere sosyal, çevresel ve ekonomik faaliyetler içerisinde de bulunmaya başlamaktadırlar. Bu gelişmeler şirketlere yeni bir misyon kazandırmakta ve bu misyon sadece kendi için var olmaya çalışan bir şirket yerine bütün toplum için faydalı olan bir şirket profili oluşturmaktadır.

Ortaya çıkan bu gelişmeler Türkiye'de bulunan şirketlerde de değişikliklere yol açmaya başlamıştır. Özellikle sermaye piyasasında etkili olmuş ve borsada işlem gören şirketlerin kurumsal sürdürülebilirlik seviyelerinin ölçülebilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Borsada işlem gören şirketlerin kurumsal sürdürülebilirlik seviyelerinin ölçülebilmesi amacıyla Borsa İstanbul bünyesinde BİST Sürdürülebilirlik Endeksi 2014 yılında itibaren yayınlanmaya başlamıştır.

Çalışmanın genel amacı Borsa İstanbul Kurumsal Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan şirketlerin kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerinin misyon ifadelerine ne oranda yansıdığını incelemek olarak belirlenmiş ve bu amaçla araştırmalar yapılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kurumsal Yönetim

Şirketler son yüzyıl içerisinde beklenenden çok daha fazla değişime uğramış ve özellikle bireylerin ve toplumların ticari işletmelerden beklentileri fazlasıyla artmıştır. Toplumlarda ve bireylerdeki bu beklenti değişikliği beraberinde ticaret şirketlerinde de büyük değişikliklere yol açacak yeni yaklaşımlara da fırsat vermiştir. Değişikliğe yol açacak yaklaşımlardan belki de en önemlilerinden biri de kurumsal yönetim kavramıdır. Kurumsal yönetim kavramı etik kurallar, kanunlara uygunluk ve çevrenin korunmasına yönelik çalışmaları da kapsayan çeşitli alanlarda varlık gösterebilen genel bir yaklaşımdır. Özellikle serbest rekabet şartlarının kurumsallaşma eğiliminde olduğu 1930'lu yıllardan itibaren önemli hale gelmeye başlamıştır (TÜSİAD, 2002, s. 9). 1990'lı yıllardan itibaren bütün dünyaya yayılmaya başlamıştır (Koç, 2015, s. 18). Kurumsal yönetim şirketler için karlı fırsatlar sunduğu için tercih edilmeye başlanan bir yönetim sistemidir. Kurumsal yönetimin uygulandığı şirketlerde daha düşük maliyetli sermaye temini sayesinde finansal fırsatlar daha kolay yakalanmakta ve karşılaşılan ekonomik krizlerin üstesinden gelmenin yolları daha kolay bulunabilmektedir (SPK, 2003, s. 2). Kurumsal yönetim bir şirketi yönlendiren ve kontrol eden kurallar ve uygulamalar sistemidir (www.investopedia.com, 2017). Başka bir tanıma göre; kurumsal yönetim, bir şirketin sahipleri, paydaşları ve menfaat sahipleri arasındaki hak ve sorumluluk paylaşımıdır (www.wisegeek.com, 2017). Aynı şekilde 1992 yılında yayınlanan Cadbury raporunda da kurumsal yönetimin kurallar ve düzenlemeler getiren bir sistem olduğu söylenmektedir (Cadbury, 1992). Uluslararası Finans Kurumuna göre kurumsal yönetim; Şirket yönetiminin Yönetim Kurulu üyelerinin ve paydaşların arasında oluşan ilişkilerdir (Youseff, 2009).

Ülgen ve Mirze (2013), kurumsal yönetim kavramını şöyle tanımlamaktadırlar;

“İşletmenin stratejik yönetimi yönlendirilmesi ile görevli ve sorumlu üst yönetimin (söz sahipleri), bu görevlerini ve sorumluluklarını yerine getirirken, işletme üzerinde kendilerini belirli nedenlerle hak sahibi gören pay sahipleri, çalışanları, tedarikçi, müşteri ve diğer toplumsal kurumlarla olan ilişkilerini kapsamaktadır.” (Ülgen & Mirze, 2013, s. 461)

TÜSİAD (2002); kurumsal yönetim kavramını, bir şirketin emek gücüne ve maddi sermayeye ulaşabilmesine etkinliği sağlamasına yol açabilecek her türlü kanun, yönetmelik, kod ve uygulamalar olarak tanımlamaktadır.

Luo'ya göre kurumsal yönetim; şirketlerin gelecekle ilgili stratejilerinin yönünü ve performansını belirleyen ve aynı zamanda şirketin kontrol ederek ve tanımlayarak şirket yöneticileri ile hisse sahipleri arasında ilişki oluşturan bir sistemdir (Lou, 2005, s. 2).

OECD kurumsal yönetim ilkelerinde kurumsal yönetim şu şekilde tanımlanmaktadır;

“Kurumsal yönetim, makro ekonomik politikalarından, ürün ve faktör piyasalarındaki rekabet düzeyine kadar firmaların faaliyetlerini biçimlendiren bir dizi unsurdan oluşan daha geniş bir ekonomik çerçevenin içinde yer almaktadır. Kurumsal yönetimin çerçevesi, aynı zamanda yasal, düzenleyici ve kurumsal faktörlere dayanır. Buna ek olarak, is etiğine, ait oldukları toplumun değerlerine saygı ve çevre bilinci gibi etmenler de, şirketin imajı ve uzun vadeli başarısı üzerinde bir etkiye sahip olabilir.” (OECD, 2004, s. 9)

Burada belirtilen tanımlar ışığında bir ortak tanım oluşturmak gerekirse kurumsal yönetim; şirket ile ilişkisi olan paydaşlar, yönetim ve menfaat sahiplerinin arasında oluşan ilişkileri düzenleyen ve sorumluluk dağılımını yapan bir kurallar bütünü olarak tanımlanabilir.

Kurumsal yönetim şirketlerin kendi bünyelerinde oluşturduğu yönetim kurulları ile karar alma ve yürütme faaliyetlerini yerine getirirken diğer taraftan da yönetimin denetlenmesini sağlamak ve kamuyu aydınlatma ve etkin yönetim çerçevesinde şirketin gelişimine katkı sağlamaktadır (Koç, 2015, s. 20).

2.1.1. Kurumsal Yönetimin Önemi

Kurumsal yönetim şirket yönetimi içerisinde ulusal ve uluslararası çerçevede genel olarak benimsenmiş olan dört temel faktör üzerinde bulunmaktadır. Bu faktörler şirketler için çok önemli yönetim faktörleri olarak önem arz etmektedir. Uluslararası kurumsal yönetimde genel kabul görmüş bu yaklaşımlar; eşitlik, şeffaflık, hesap verebilirlik ve sorumluluk olarak karşımıza çıkmaktadır (SPK, 2003, s. 3).

- **Eşitlik:** İşletme yönetiminin bütün faaliyetleri çerçevesinde, pay ve menfaat sahiplerine eşit davranılmasını ve olması muhtemel olan çıkar çatışmalarının önüne geçilebilmesini ifade eder.

- **Şeffaflık:** Ticari sır niteliğindeki ve henüz kamuya açıklanmamış bilgiler hariç olmak üzere, şirket ile ilgili finansal ve finansal olmayan bilgilerin, zamanında, doğru, eksiksiz, anlaşılabilir, yorumlanabilir, düşük maliyetle kolay erişilebilir bir şekilde kamuya duyurulması yaklaşımıdır.

- **Hesap Verebilirlik:** Yönetim kurulu üyelerinin esas itibarıyla anonim şirket tüzel kişiliğine ve dolayısıyla pay sahiplerine karşı olan hesap verme zorunluluğunu ifade etmektedir.

- **Sorumluluk:** Şirket yönetiminin anonim şirket adına yaptığı tüm faaliyetlerinin mevzuata, esas sözleşmeye ve şirket içi düzenlemelere uygunluğunu ve bunun denetlenmesini ifade eder.

Yukarıda belirtilen kurumsal yönetim esaslarına uygun bir yönetimi biçimi geliştirilmesi şirketin pay sahibi ve menfaat sahipleri arasında adaletli davranabilmesini ve yönetim içerisinde çıkar çatışmalarının en aza indirilmesinde büyük önem taşımaktadır.

2.2. Kurumsal Sürdürülebilirlik

Kurumsal sürdürülebilirlik iş çevreleri, devletler, sivil toplum kuruluşları ve üniversite çevresinde önemli bir yer edinmeye başlamıştır (Borsa İstanbul, 2014, s. 1). Özellikle 20. yüzyılın sonlarından itibaren şirketlerin ana amaçlarında değişim yaşanmaktadır. Şirketlerin temel amacı karlarını maksimize etmektir. Fakat son yıllardaki gelişmeler şirketlerin karlılık beklentisinin yanına çevresel, toplumsal ve sosyal amaçların da eklendiği yeni beklentilerin ortaya çıktığını göstermektedir (Kuşat,

2012, s. 228). Kurumsal sürdürülebilirlik üçlü sorumluluk yaklaşımının dikkate alınması ile ortaya çıkmaktadır. Bu yaklaşımlar şirketlerin ekonomik, sosyal ve çevresel faaliyetlerini kapsamaktadır (Koç, 2015, s. 27).

Kurumsal sürdürülebilirlik farklı şekillerde tanımlanmıştır. Borsa İstanbul (2014) şirketler için sürdürülebilirlik rehberinde; işletmelerde uzun süreli değer oluşturabilmek için, ekonomik, çevresel ve sosyal faktörlerin kurumsal yönetim ilkeleri ile birlikte işletmenin yaptığı faaliyetlerde ve şirketin karar mekanizmalarında dikkate alınması ve bu çerçevede oluşabilecek risklerin yönetilebilmesi olarak tanımlanmıştır.

Koç'a göre (2015) kurumsal sürdürülebilirlik; kurumsal yönetimi etkileyen, çevresel bir koruma, sosyal adalet, toplumsal dayanışma ve sürdürülebilir kalkınma gibi alanları kapsayan ve işletmenin etkilendiği alanları tespit eden çok yönlü bir kavramdır.

Tokgöz ve Önce'ye göre (2009) kurumsal sürdürülebilirlik; şirketlerin teknolojik, çevresel ve sosyal risklerin hem kaynağı olarak görüldüğü hem de önlenmesi için çözüm üretebilecek bir aktör olduğu için bir yandan kendi hayatlarını devam ettirebilmek için çabalarırken bir yandan da gelecek nesilleri düşünerek yeni yaklaşım ve düzenlemeler geliştirmesi olarak tanımlanmaktadır.

"Wilson (2003, s. 1,2) kurumsal sürdürülebilirlik kavramını; sürdürülebilir gelişmenin sağlanması için giderek daha çok benimsenen yeni bir yönetim paradigması şeklinde tanımlamıştır" (Kavut, 2010, s. 15).

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin 2010 yılında dünyanın çeşitli ülkelerinde faaliyet gösteren 766 şirketin CEO'su ile yaptığı araştırmada, şirketleri sürdürülebilirlik politikalarına yönlendiren en etkili faktörlerin sırasıyla (Borsa İstanbul, 2011, s. 3-4);

- Marka değeri, güven ve itibar sağlaması,
- Maliyet tasarrufu ile birlikte karlılığın artması,
- Personelin motivasyonunu artırması,
- Tüketici talepleri sıralanabilir.

Burada belirtilen nedenlerden dolayı şirketler ekonomik, çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim ile ilgili kavramları şirket idaresinde dikkate almalı ve oluşan bu çerçevede risk ve fırsatların belirlenmesi anlamına gelen kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarına bağlı olarak yönetim sistemleri güncellenmelidir (Borsa İstanbul, 2014, s. 1). Kurumsal sürdürülebilirlik şirketlerin geleceği için iki önemli yol göstermektedir. bunlardan birincisi, şirketlere yeni bir iş yapma modeli önermesidir. ikincisi ise şirketlerin kendi kazanımlarına çalışmanın yanında aynı zamanda gelecek nesilleri de düşünerek adımlar atmalarını ve yatırımlarını bu düşüncelerle yapmaları gerektiğini önermektedir (Tokgöz & Önce, 2009, s. 252).

Şirketlerin geleneksel büyüme stratejileri yerine uyguladıkları kurumsal sürdürülebilirlik sistemleri, temel amaç olarak şirketlerin büyüme ve karlılık stratejilerini korumakla birlikte çevresel, sosyal ve eşitliğe önem vermeyi öngören bir sistemdir (Kavut, 2010, s. 15).

kurumsal sürdürülebilirlik kavramının şirketler tarafından başarılı olarak uygulanmasının bağlı olduğu üç önemli gelişmeyi Bansal (2005, s. 199-200) şu şekilde açıklamaktadır: (Kuşat, 2012, s. 230)

- 1) *Çevresel Bütünlük*: Şirketin çevreyle dost üretim sistemleri geliştirebilmesi için üretim sürecine yeni bir bakış açısı getirip çevreye verilen zararın en aza indirilmesi sağlanacaktır.
- 2) *Sosyal Eşitlik*: bireylerin kaynaklara olan ulaşımının eşit hale getirilebilmesi için şirketler sosyal sorumluluk projelerine daha fazla önem vereceklerdir.
- 3) *Ekonomik Refah*: şirketin üretmekte olduğu mevcut ürünler ile birlikte yeni üreteceği ürünlerde de etkinlik sağlanarak bir değer artışı sağlanacaktır.

Bu çerçevede kurumsal sürdürülebilirlik adımları işlerlik kazandığında sadece şirkete ait değerlerde bir artış ve gelişme yaşanmayacak, aynı anda toplum adına ve sürdürülebilir kalkınmada da büyük bir adım atılmış olacaktır (Kuşat, 2012, s. 230).

2.3. Şirketlerde Misyon İfadeleri

Misyon ifadeleri özellikle stratejik yönetim içerisinde önemli bir yer tutmakta ve son dönemde yönetim anlayışındaki değişimler göz önüne alındığında bir şirketin misyon ifadesinin gerekliliği

görülmektedir. Şirketlerin oluşturmuş oldukları misyon ifadeleri şirketi ifade eden bir gösterge olarak görülmektedir. Misyon ifadesinin çeşitli tanımlamaları mevcuttur. Misyon, bir şirketin varlık nedenini belirten ne yaptığını, neden yaptığını net bir biçimde ortaya koyan bir ifadedir. bu ifade işletmenin stratejisini belirlemek için temel oluşturur (Acar, 2014, s. 77). Türk dil kurumu büyük sözlüğünde "amaç" ve "görev" olarak tanımlanmaktadır (TDK). Ülgen ve Mirze misyon ifadesini şirketin var olma sebebi ve işletme stratejilerinin oluşturulmasında önemli bir başlangıç noktası olarak ifade etmektedirler (Ülgen & Mirze, 2013, s. 68). Bir işletmenin hedefleri doğrultusunda belirlediği yol ve yöntemlerin onu diğer işletmelerden ayrılan görevleri ve ortak özellikleridir (Dinler, 2009, s. 5).

Bu çerçevede misyon ifadesi rekabet avantajı sağlayan bir ifade olup misyon ifadesi ile diğer işletmelerle şirket arasında bir fark oluşturulmaktadır. Bir işletmenin misyon ifadesi rekabet içinde bulunduğu şirketlerden kendisini ayıran bir farklılıktır. Bu farklılığı topluma açık bir şekilde duyurmak için misyon ifadesi kullanılır. Aynı zamanda şirketin ne tür bir işletme olduğu da misyon ifadesi sayesinde net bir şekilde öğrenilecektir. Bu değerlendirmelere ek olarak işletmenin yapmakta olduğu işleri neden yaptığı da misyon ifadesinde yer bulmalıdır (Güçlü, 2003, s. 76). Şirketlerin misyon ifadelerinin bir diğer özellikleri de gelecekte ulaşmak istedikleri hedeflere yönelik olarak görev ve sorumlulukların bir ifadesi olmasıdır (Aktan, 2005, s. 2). Bir misyonun ifadesinde olması gereken temel özellikler şunlardır (Ülgen & Mirze, 2013, s. 176);

- Misyon ifadesi işletme tarafından paylaşılan ortak değer ve inançlardan oluşturulmalıdır,
- Misyon ifadesi işletme için uzun dönemli bir amaç olmalıdır,
- Misyon her zaman işletmeyi daha iyiye ve daha üstün başarıya yönetmek üzere hazırlanmalıdır,
- Misyon işletmede çalışanların hepsini kapsamalıdır,
- Misyon sadece belli bir işletmeye özel ve sadece o işletmeye özgü olmalıdır,
- Misyon niceliklerle ilgili bir değer değil, niteliklerle ilgili bir değer olmalıdır,
- Misyon işletmenin içine yönelik değil, dışına yönelik bir kavram,
- Misyon mamul ve ürünlere yönelik değil pazara yönelik bir biçimde hazırlanmalıdır.

İyi bir misyon ifadesi işletmenin hedeflerini amacını ve varlık nedenini en iyi biçimde yansıtan kısa, öz ve anlaşılır bir biçimde hazırlanmış bir ifadedir.

2.4. BİST Sürdürülebilirlik Endeksi

20. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan ve işletmelerde değişikliklere yol açan kurumsal sürdürülebilirlik bütün sektörleri etkisi altına almıştır. Oluşan etki sermaye piyasasını da kapsama alanına almıştır. bu sebeple 4 Kasım 2014 tarihinden itibaren borsada işlem gören işletmelerin kurumsal sürdürülebilirlik performansları yüksek olan şirketlerin yer alacağı bir endeks oluşturulması olmaktadır (TKYD, 2015, s. 18).

Borsaların çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim gibi konularda şirketlere yol gösterici ve şirketlerin sürdürülebilirlik politikalarına ilişkin bilgileri de sorumlu yatırımcılara aktarıcı rol oynamasından hareketle, Borsa İstanbul ve Ethical Investment Research Services Limited (EIRIS) arasında borsadaki şirketlerin çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim performanslarını ortaya çıkartabilecek bir endeks hazırlanması için anlaşmaya varılmıştır (www.borsaistanbul.com). Oluşturulan endeks ile kurumsal sürdürülebilirlik performansları yüksek olan şirketlerin belirli kriterlerle çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim değerleri belirlenmektedir. Bu değerlendirme sonucu olarak Kasım 2016-Ekim 2017 Arası için 42 adet firma bu endekte yer almaktadır. Borsa İstanbul resmi sayfasındaki sürdürülebilirlik endeks sayfasında endeksten beklenen katkılar şu şekilde yayınlanmıştır (www.borsaistanbul.com);

- Endeks hesaplamaları ile kurumsal risklerini ve fırsatlarını etkin bir şekilde yöneten şirketler için rekabet avantajı sağlanmaktadır. Aynı zamanda yeni finans kaynakları temininde de büyük avantajlar sağlanmaktadır.
- Endeks, şirketlerin küresel ısınma, doğal kaynakların tükenmesi, su kaynaklarının azalması, sağlık, güvenlik, istihdam gibi özelde Türkiye için genelde ise Dünya için büyük önem arz eden konularda nasıl bir yaklaşım sergilediklerini belirlemekte ve bunu bağımsız bir göz aracılığı ile yapmaktadır.
- Endeks, incelemeye tabi tutulan şirketlerin kurumsal sürdürülebilirlik performanslarını yerel ve uluslararası arenada karşılaştırma ve inceleme imkanı vermektedir. Endeks aynı zamanda

şirketlerin performanslarını geliştirmek ve yeni hedefler belirlemek amacıyla performans değerlendirme aracı sunmuştur.

- Endeks, yatırımcılar için bütün şirketlerin arasından kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerini benimseyen şirketleri ayırt etme imkanı vererek bu şirketlere yatırım yapmalarını sağlayacaktır. Varlık yöneticileri için sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı olarak fonlar, borsa yatırım fonları ve yapılandırılmış ürünler benzeri finansal ürünler çıkarmalarına yol gösterecek göstergeler sunmaktadır.
- Günümüzde sorumlu yatırımların büyük çoğunluğu kurumsal yatırımcılar tarafından yapıldığı için sürdürülebilirlik endeki bu alanda yatırım yapmak isteyen fonların kurulmasını teşvik ederek endeks içindeki şirketlerin bu fonlardan yararlanmalarına yardım edecektir.

Bu katkılar endekste yer alan bütün şirketlerin kurumsal sürdürülebilirlik ile ilgili çalışmalarını daha da etkin hale getirecek ve diğer şirketler için de bir hedef noktası oluşturacaktır. endekste yer alan şirketlere sağladığı rekabet avantajı daha fazla şirketi bu alana çekecektir.

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Sorunsalı

Literatürde, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim ile ilgili çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Özellikle son dönemde ortaya çıkmaya başlayan kurumsal sürdürülebilirlik konusunda bir boşluk olduğu görülmektedir. Araştırma sonuçlarının araştırmacı, akademisyen ve uygulayıcılara yol göstermesi ve bu konuda yeni yapılacak araştırmalara güncel bilgi sağlaması beklenmektedir. Çalışma temelde *BİST Sürdürülebilirlik endeksinde yer alan şirketlerin misyon ifadelerinde kurumsal sürdürülebilirlik ilkelerinin etkisi var mıdır?* sorunsalına yoğunlaşmıştır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada ikincil veriler kullanılmıştır. BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde kasım 2016-Ekim 2017 tarihleri arasında belirlenmiş olan 42 şirketin kendi internet sitelerinde beyan ettikleri misyon ifadelerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen veriler nitel araştırma teknikleri kullanılarak yapılmıştır. Nitel araştırma yöntemini "*gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma*" olarak tanımlayabiliriz (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 39). Nitel araştırma tekniklerinden ise içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde araştırmacının temel amacı, elde edilen verileri açıklamaya destek olacak kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. içerik analizi ile ulaşılmak istenen hedef birbirine benzeyen kavramları belirli gruplara toplamak ve bu grupları okuyucuya anlaşılır bir biçimde aktarmaktır (Karataş, 2015, s. 74).

3.3. Araştırmanın Evreni

Araştırmanın evrenini Borsa İstanbul bünyesinde faaliyet gösteren ve BİST Sürdürülebilirlik Endeksi kasım 2016- Ekim 2017 arasında endeks kriterlerini sağlayarak endekse girmeye hak eden 42 şirketten oluşmaktadır. Araştırma bu evren üzerinden 42 şirketin internet siteleri incelenmiş ve misyon ifadeleri bulunmaya çalışılmıştır. Evreni oluşturan 42 şirketten 3 tanesinin misyon ifadelerine ulaşılamamış ve 39 tane şirketin internet sitelerindeki misyon ifadeleri araştırmaya tabi tutulmuştur.

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında BİST sürdürülebilirlik endeksinde yer alan 42 şirketten ulaşılabilen 39 tane şirketin misyon ifadeleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiş bulgular kurumsal sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde gruplandırılmış ve sonuçlar aşağıda çıkartılmıştır.

4.1. Misyon İfadelerine İlişkin Bulgular

İşletmelerde kurumsal sürdürülebilirlik üç sorumluluk performansının dikkate alınmasıyla olduğu için araştırmanın modeli de bu üç sorumluluk performansına göre belirlenecektir. Bu üç sorumluluk performansı ekonomik, sosyal ve çevresel performanslardır (Koç, 2015, s. 27).

İşletmelerin belirttikleri misyon ifadeleri kelime sayısı bakımından incelenmiş ve misyon ifadelerinin önemli bir ögesi olan kısalık seviyesi 30 kelime olarak belirlenmiştir. Yapılan inceleme de misyon ifadelerinin kelime sayısının (en az:7, en çok:77) ortalamasının 29 kelime olduğu tespit edilmiştir. inceleme kapsamındaki şirketlerden 27 tanesinin misyon ifadesi 30 kelimedenden daha az kelime

barındırmaktadır. Bu sayı oransal olarak toplam şirketlerin %69,23 'ünü oluşturmaktadır. Misyon ifadeleri arasında en kısa misyon ifadesine sahip olan firma 7 kelime ile Brisa (Sürdürülebilir büyüme ile topluma üstün değerler sunmak.) firması olmuştur. Araştırma sonucunda misyon ifadelerinin hangi kategorilere ayrıldığı ve hangi öğelerden oluştuğuna dair bulgular Tablo-1' sunulmuştur.

KATEGORİLER	ÖGELER	BİST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİ FİRMALARI(39)	ORAN %
ŞEKİL	KISALIK (30 KELİME VE ALTI)	27	69,23
EKONOMİK SORUMLULUK	BÜYÜME	9	23,08
	KAR	5	12,82
	MARKA	5	12,82
	REKABET	5	12,82
	BEKLENTİ	5	12,82
	TEKNOLOJİ	9	23,08
	PAZAR	6	15,38
	SEKTÖR	11	28,21
	GELİŞİM	9	23,08
	YENİLİK	11	28,21
SOSYAL SORUMLULUK	ÇALIŞAN	13	33,33
	DEĞER OLUŞTURMAK	27	69,23
	MÜŞTERİ ODAKLILIK	24	61,54
	GÜVEN	8	20,51
	TOPLUM	9	23,08
	ETKİNLİK	6	15,38
	HİZMET	7	17,95
	İNSAN	8	20,51
	PAYDAŞ	9	23,08
	YAŞATMAK	8	20,51
	SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	10	25,64
	SORUMLULUK	6	15,38
	HİSSEDAR	11	28,21
ÇEVRESEL SORUMLULUK	ÇEVRE	7	17,95
	KALİTE	12	30,77
	KÜRESELLİK	6	15,38
	VERİMLİLİK	6	15,38

TABLO-1: Firmaların Misyon İfadelerinin Analizi Tablosu

BİST Sürdürülebilirlik endeksi firmalarının misyon ifadelerinin analizi sonucunda ekonomik, sosyal ve çevresel sorumluluk grupları oluşturulmuş ve tespit edilen kelimeler bu üç gruptan hangisine anlamca daha yakınsa o gruba dahil edilmiştir. Toplamda 27 kelime 3 grup arasında ekonomik sorumluluk grubuna 10 kelime, sosyal sorumluluk grubuna 13 kelime ve çevresel sorumluluk grubuna da 4 kelime olmak üzere pay edilmiştir.

Ekonomik sorumluluk grubunda yer alan kelimelerden en çok tekrar edilen kelimeler, **Sektör** (%28,21) ve **Yenilik** (%28,21) olmuştur. Bu kelimeleri **Büyüme** (%23,08) ve **Teknoloji** (%23,08) kelimeleri takip etmiştir.

Sosyal sorumluluk grubunda yer alan kelimelerden en çok tekrar edilen kelimeler, **Değer Oluşturmak** (%69,23) olmuştur. Bu kelimeleri **Müşteri Odaklılık** (%61,54), **Çalışan** (%33,33), **Hissedar** (%28,21) ve **Sürdürülebilirlik** (%25,64) kelimeleri takip etmektedir.

Çevresel sorumluluk grubunda yer alan kelimelerden en çok tekrar edilen kelime, **Kalite** (%30,77) olmuştur. Bu kelimeyi **Çevre** (%17,95) kelimesi takip etmektedir.

En çok tekrar edilen kelimelere toplu olarak bakacak olursak **Değer oluşturmak** (%69,23), **Müşteri Odaklılık** (%61,54), **Çalışan** (%33,33) ve **Kalite** (%30,77) kelimeleri en çok tekrar edilen kelimeler olmuştur. Bu bulgular çerçevesinde şirketlerin gerçekten kar amaçlı çalışma hedeflerinin yanında sosyal ve çevresel hedeflerinin de olduğu ve kurumsal sürdürülebilirlik ilkelerinin misyon ifadeleri üzerinde bir etkisi olduğu söylenebilir.

5. SONUÇ

Küreselleşen bir Dünya'da bütün şirketler yeni gelişmelere ayak uydurmak zorundadırlar. Bu sebeple yeni yüzyılın en önemli gelişmelerinden biri olan kurumsal sürdürülebilirlik bütün şirketleri etkilemekte ve şirketler bu yeni gelişmeye ayak uydurmak ve kendi yönetim yapılarını bu sisteme göre entegre etmektedirler. bu gelişmelerin ışığında araştırma kapsamına aldığımız 39 şirkette de bu gelişmelerin olduğu ve bu değişim rüzgarının misyon ifadelerinde de kendini hissettirdiği anlaşılmaktadır. Eski şirket anlayışı olan sadece kar odaklı çalışmanın yerine ekonomik, sosyal ve çevresel sorumluluklara sahip yeni tip şirket anlayışının bir sonucu olarak en çok değerler müşteri ve çalışan gibi menfaat sahipleri ve kalite kelimeleri tekrar edilerek karlılık hedefinden daha önce sosyal ve çevresel hedeflerin benimsendiği ve bu doğrultuda da misyon ifadelerinde de en çok bu tür sorumlulukların gelişimi görülmektedir. Ancak üç sorumluluk türünden en çok kapsam sahibi olan sorumluluk, sosyal sorumluluk iken en az kapsama sahip olan sorumluluk ise çevresel sorumluluk olmuştur. Bu gösterge şirketlerin çevresel faaliyetlere, sosyal faaliyetlerden daha az önem verdiği sonucunu çıkartabilir. Şirketlerin çevresel sorumluluklarını artırıcı faaliyetleri içerisinde bulunarak bu eksiği kapatması yeni nesil şirketlerden toplumun beklediği bir davranış olacaktır.

Sonuç olarak değerlendirmeye tabi tuttuğumuz 39 şirketin misyon ifadelerinde sosyal sorumluluk ile ilgili kelimelerin tekrar sayılarının çokluğu sosyal sorumluluklarının bilincinde olduklarını ve topluma faydalı bir şirket profili çizdiklerini göstermektedir. Ancak çevresel sorumluluk kapsamına giren kelimelerin göreceli azlığı halen çevresel bilincin ve çevre sorumluluğunun tam olarak istenilen seviyede olmadığını göstermektedir.

KAYNAKÇA

Acar, S. (2014). Kurumsallaşmada Stratejik Yönetimin Rolü: Burdur İlindeki Aile İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. BURDUR: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

Aktan, C. C. (2005). Geleceği Kazanmanın Yolu: Stratejik Yönetim.

Bansal, P. (2005). Evolving Sustainability: A Longitudinal Study Of Corporate Sustainable Development. Strategic Management Journal (26), 197-218.

Borsa İstanbul. (2014). şirketler için sürdürülebilirlik rehberi.

Borsa İstanbul;. (2011). Sürdürülebilirlikle ilgili özet bilgiler.

Cadbury, S. (1992). The Financial Aspects Of Corporate Governance.

Dinler, A. M. (2009). Stratejik Yönetim Sürecinde Vizyon ve Misyon. PARADOKS, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi (e-dergi) www.paradoks.org , 5 (2).

Güçlü, N. (2003). Stratejik Yönetim. G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi , 23 (2).

Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi , 1 (1).

- Kavut, L. F. (2010). Kurumsal Yönetim, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Çevresel Raporlama: İMKB 100 Şirketlerinin Çevresel Açıklamalarının İncelenmesi. Yönetim, İşletme İktisadı (66).
- Koç, İ. Ö. (2015). Kurumsal Yönetim ve Sigortacılık Sektörü. ANKARA: Nobel yayıncılık.
- Kuşat, N. (2012). SÜRDÜRÜLEBİLİR İŞLETMELER İÇİN KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE İÇSEL UNSURLARI. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi , C.XIV (S II).
- Lou, Y. (2005). Corporate governance and accountability in multinational enterprises: Concepts and agenda. Journal Of İnternational Management (11).
- OECD. (2004). Corporate Government Principles. OECD.
- SPK. (2003). Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkeleri. SPK.
- TDK. (tarih yok). www.tdk.gov.tr. 05 04, 2017 tarihinde Türk Dil Kurumu Büyük Sözlüğü: www.tdk.gov.tr adresinden alındı
- TKYD. (2015). Kurumsal Yönetim (26).
- Tokgöz, N., & Önce, S. (2009). ŞİRKET SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: GELENEKSEL YÖNETİM. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi , C.X I (S I).
- TÜSİAD. (2002). Kurumsal Yönetim En İyi Uygulama Kodu: Yönetim Kurulunun Yapısı Ve İşleyişi (Cilt TÜSİAD-T/2002/12/336). İstanbul.
- Ülgen, H., & Mirze, K. (2013). İşletmelerde Stratejik Yönetim. İSTANBUL: BETA YAYINCILIK.
- Wilson, M. M. (2003). Corporate Sustainability: What Is It and Where Does It Come From? Ivey Business Journal www.ivey/businessjournal.com .
- www.borsaistanbul.com. (tarih yok). http://www.borsaistanbul.com/endeksler/bist-pay-endeksleri/surdurulebilirlik-endeksi. 05 04, 2017 tarihinde www.borsaistanbul.com. adresinden alındı
- www.investopedia.com. (2017). 05 01, 2017 tarihinde investopedia: www.investopedia.com/terms/c/corporategovernance.asp adresinden alındı
- www.wisegeek.com. (2017). 05 01, 2017 tarihinde wisegeek: www.wisegeek.com/what-is-corporate-governance.htm adresinden alındı
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (9 b.). Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Youseff, T. M. (2009). Corporate GovernanceAn owewiew Around The Globe. EGYPT: THORNTON.