

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE PAZARLAMA ANA BİLİM DALI

**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİNİN FİNANSAL
PERFORMANSA ETKİSİ ÜZERİNE YAYIMLANAN MAKALELERİN
BİBLİYOMETRİK ANALİZİ**

ASLIHAN ŞAHİN

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Gökhan SÖKMEN

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Murat GÜLMEZ

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Can SAMIRKAŞ (Mersin Üniversitesi)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERSİN / OCAK 2021

ONAY**T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ' NE**

20186026 numaralı öğrencimiz olan **Aslıhan ŞAHİN** tarafından hazırlanan “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Finansal Performansa Etkisi Üzerine Yayımlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi**” başlıklı bu tez çalışması jüri üyelerimiz tarafından **oy birliği** ile **Uluslararası Ticaret ve Pazarlama** Anabilim Dalında **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır
Üniv. İçi asıl üye - Tez Danışmanı - Jüri Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Gökhan SÖKMEN

Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır
Üniv. İçi – Jüri asıl üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Murat GÜLMEZ

Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır
Üniv. Dışı - Jüri asıl üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Can SAMIRKAŞ
(Mersin Üniversitesi)

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

(Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır)

29 / 01 / 2021

Doç. Dr. Murat KOÇ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

İTHAF

*“Dünyada her şey için, medeniyet için, hayat için, başarı için, en hakiki mürşit
bilimdir, fendir.”*

Mustafa Kemal ATATÜRK

ETİK BEYANI

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

29/01/2021

Aslıhan ŞAHİN

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın yürütülmesinde saygı, sevgi ve bilgisiyile bana yardımcı olan danışmanım **Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Gökhan SÖKMEN**'e teşekkürü bir borç bilmekteyim.

Çalışmalarım sırasında ilgileriyle hep yanımda olan, desteklerini hiç esirgemeyen ve bugüne kadar gelmemde önemli rolleri olan sevgili **Ailem'e** teşekkür ederim.

Tez yazım sürecinde her durumda yanımda olan, karşılaştığım tüm sıkıntılarında ümidimi tazeleyen, öğrenme sürecime katkıda bulunan sevgili dostum **Melike ŞEN**'e çok teşekkür ederim.

Son olarak hür bir yaşam ve çalışma ortamı sunduğu için **Türkiye Cumhuriyeti'ne** ve ulu önder **Mustafa Kemal ATATÜRK'e** sonsuz teşekkür ederim.

ÖZ**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİNİN FİNANSAL
PERFORMANSA ETKİSİ ÜZERİNE YAYIMLANAN MAKALELERİN
BİBLİYOMETRİK ANALİZİ****Aslıhan ŞAHİN****Yüksek Lisans Tezi, Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı****Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Gökhan SÖKMEN****Ocak 2021, 114 sayfa**

Küreselleşmenin etkisiyle işletmeler bir yandan piyasada rekabet etmekte zorluk yaşarken bir yandan da toplumun beklentileri karşılamak zorunda kalmışlardır. Toplumsal sorunlara duyarlı davranmayan işletmelerin yalnızca küresel pazarda değil içinde bulunduğu toplumda da varlığını uzun dönemde sürdürmeleri pek mümkün olmamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı son yıllarda işletmelerin büyümesi ve etki alanlarının genişlemesi neticesinde sorumluluk düzeylerinin artmasına paralel olarak önemi artan bir kavram haline gelmiştir. İşletmelerin tüm çıkar gruplarına yönelik sorumluluklarının artmasıyla kurumsal sosyal sorumluluk kavramı gün geçtikçe önem kazanmıştır. Böylece işletmelerin uzun dönemde piyasada varlıklarını sürdürebilmelerindeki en önemli etkenlerden bir diğeri finansal performans düzeyleridir. Bu çalışma, 2010-2020 yılları arasında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makaleleri bibliyometrik olarak incelemek, bilimsel gelişim sürecini ve mevcut durumunu ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla Web of Science, Dergipark ve TR Dizin veri tabanlarında konuyla ilgili makaleler araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Bu veri tabanlarında yer alan makaleler birçok farklı parametrelere göre bibliyometrik analize tabi tutulmuştur.

Anahtar kelimeler: kurumsal sosyal sorumluluk, finansal performans, bibliyometrik analiz.

ABSTRACT**BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE ARTICLES PUBLISHED ON THE
EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIVITIES ON
FINANCIAL PERFORMANCE****Aslıhan ŞAHİN****Master Thesis, Department of International Trade and Marketing****Supervisor: Dr. Ahmet Gökhan SÖKMEN****January 2021, 114 pages**

With the effect of globalization, while businesses have difficulty in competing in the market, they have also had to meet the expectations of the society. It is not possible for businesses that are not sensitive to social problems to survive not only in the global market but also in the society they are in. The concept of corporate social responsibility has become an increasingly important concept in parallel with the increase in responsibility levels as a result of the growth of enterprises and the expansion of their domains. With the increasing responsibilities of businesses towards all interest groups, the concept of corporate social responsibility has gained importance day by day. In addition, one of the most important factors in the long-term sustainability of businesses in the market is their financial performance level. This study, it was carried out to bibliometrically examine the articles published on the effects of corporate social responsibility activities on financial performance between 2010-2020, and to reveal the scientific development process and current situation. For this purpose, articles on the subject in Web of Science, Dergipark and TR Dizin databases were included in the scope of the research. The articles in these databases were subjected to bibliometric analysis according to many different parameters.

Keywords: corporate social responsibility, financial performance, bibliometric analysis.

ÖN SÖZ

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini uygulayan işletmelerin sayısı her geçen gün artmaktadır ve uyguladıkları bu faaliyetlerin finansal performansa etkisinin olup olmadığı uzun yıllardır araştırılmaktadır. Bu kapsamda, 2010-2020 yılları arasında ulusal ve uluslararası veri tabanlarında bulunan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan bilimsel çalışmaların bibliyometrik profillerini ortaya çıkarmak, Dünya’da yapılan çalışmalara bakılarak Türkiye’nin bu alandaki yerini belirlemek ve bu çalışmaların yıllar içinde nasıl bir seyir izlediğini tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışma, bu araştırma konusuna yönelen diğer araştırmacılara alanının bilimsel detaylarını sunması açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

29 Ocak 2021

İÇİNDEKİLER

KAPAK	i
ONAY	ii
İTHAF	iii
ETİK BEYANI	iv
TEŞEKKÜR	v
ÖZ	vi
ABSTRACT	vii
ÖN SÖZ	viii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR	x
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
EKLER LİSTESİ	xiv
1. GİRİŞ	1
2. YÖNTEM	48
2.1. Araştırma Verilerinin Toplanması	48
2.2. Araştırmanın Deseni	49
2.3. Araştırma Verilerinin Analizi	49
3. BULGULAR	51
4. TARTIŞMA VE SONUÇ	85
KAYNAKÇA	90
EKLER	98

KISALTMALAR

A&HCI	: Sanat ve Beşeri Bilimler Atıf Dizini (Arts & Humanities Citation Index)
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BİST	: Borsa İstanbul
CERES	: Çevreye Karşı Sorumlu Ekonomiler Koalisyonu (The Coalition for Environmentally Responsible Economies)
CSR	: Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Corporate Social Responsibility)
CPCI	: Konferans Bildirileri Atıf Dizini (Conference Proceedings Citation Index)
ESCI	: Gelişen Kaynaklar Atıf Dizini (Emerging Sources Citation Index)
FTSE4GOOD	: Financial Times Stock Exchange For Good
GMM	: The generalized method of moments
GRI	: Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative)
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
ISO	: Uluslararası Standardizasyon Kuruluşu (International Organization for Standardization)
KSS	: Kurumsal Sosyal Sorumluluk
M.S.	: Milattan Sonra
ROA	: Aktif Kârlılık (Return on Assets)
ROE	: Özsermaye Kârlılığı (Return on Equity)
SCI EXPANDED	: Genişletilmiş Bilimsel Atıf Dizini (Sciences Citation Index Expanded)
SSCI	: Sosyal Bilimler Atıf Dizini (Social Sciences Citation Index)
TMS	: Türkiye Muhasebe Standartları
TMSK	: Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu
UFRS	: Uluslararası Finansal Raporlama Standartları
UMS	: Uluslararası Muhasebe Standartları
WOS	: Web of Science

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. <i>Araştırmanın Alt Problemleri</i>	3
Tablo 2. <i>Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Yıllar İtibariyle Boyutları (1950-2000)</i>	10
Tablo 3. <i>Makalelerin Yıllara Göre Yayın Sayıları</i>	51
Tablo 4. <i>Makalelerin Araştırma Alanlarına Göre Dağılımı</i>	53
Tablo 5. <i>Makalelerin Ülkelere Göre Dağılımı</i>	54
Tablo 6. <i>Makale ve Tezlerin Yayın Dillerine Göre Dağılımı</i>	74
Tablo 7. <i>Makale ve Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı</i>	75
Tablo 8. <i>Makalelerin Yayımlandığı Dergiler</i>	77
Tablo 9. <i>Makale ve Tezlerde Kullanılan Analizlerin Dağılımı</i>	79
Tablo 10. <i>Makale ve Tezlerin Amaçlarına Göre Dağılımı</i>	80
Tablo 11. <i>Makale ve Tezlerin Odaklanılan Gruplara Göre Dağılımları</i>	81
Tablo 12. <i>Makale ve Tezlerin Sonuçlara Göre Dağılımı</i>	82
Tablo 13. <i>Makalelerin Atıf Analizi</i>	83

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. <i>Freidman'ın İşletme ve Sorumlulukları Kavramı</i>	12
Şekil 2. <i>İş Döngüsü Yaklaşımına Göre İşletme ve Sorumlulukları</i>	14
Şekil 3. <i>Carroll'un Dört Boyutlu "Sosyal Sorumluluk Piramidi"</i>	14
Şekil 4. <i>Makale Sayılarının Yıllık Değişimi ve Trend Analizi</i>	52
Şekil 5. <i>Anahtar Kelimelerinin Birlikte Oluşma Analizi</i>	55
Şekil 6. <i>Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans Etkileşim Kümesi (Yeşil Küme)</i>	56
Şekil 7. <i>Finansal Performans ve Analiz Yöntemleri (Mavi Küme)</i>	56
Şekil 8. <i>Kurumsal Finansal Performans ve Etkileşim Kümesi (Mor Küme)</i>	57
Şekil 9. <i>Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Etki Alanları Kümesi (Kırmızı Küme)</i>	58
Şekil 10. <i>Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Değişiminin Örtüşme Görselleştirilmesi</i> .58	
Şekil 11. <i>Yazarların Ortak Atıf Ağ Analizi</i>	60
Şekil 12. <i>Yazarların Ortak Atıf Analizi (Yeşil Küme)</i>	61
Şekil 13. <i>Yazarların Ortak Atıf Analizi (Sarı Küme)</i>	62
Şekil 14. <i>Yazarların Ortak Atıf Analizi (Mavi Küme)</i>	62
Şekil 15. <i>Yazarların Ortak Atıf Analizi (Mor Küme)</i>	63
Şekil 16. <i>Yayınların (Referansın) Ortak Atıf Ağ Analizi</i>	64
Şekil 17. <i>Akademik Dergilerin Ortak Atıf Ağ ve Kümelene Analizi</i>	65
Şekil 18. <i>Dergilerin Ortak Atıf Analizi (Yeşil Küme)</i>	66
Şekil 19. <i>Dergilerin Ortak Atıf Analizi (Mor Küme)</i>	67
Şekil 20. <i>Dergilerin Ortak Atıf Analizi (Sarı Küme)</i>	68
Şekil 21. <i>Dergilerin Ortak Atıf Analizi (Mavi Küme)</i>	69
Şekil 22. <i>Yazarların Yayın Sayıları ve Yayınlarının Ortalama Yayınlanma Yılları</i>	70
Şekil 23. <i>Ülke ve Yayın Yıllarının Örtüşme Görselleştirilmesi</i>	72
Şekil 24. <i>Kurumlar ve Makalelerinin Yıllara Göre Örtüşme Görselleştirilmesi</i>	73
Şekil 25. <i>Makale ve Tezlerin Yıllara Göre Değişimi</i>	76

Şekil 26. <i>Makale ve Tezlerde Kullanılan Anahtar Kelimeler</i>	78
Şekil 27. <i>Makale Yazarlarının Birlikte Çalışma Analizi</i>	79



EKLER LİSTESİ

EK-A. Etik Kurul Onayı.....	98
------------------------------------	-----------



1. GİRİŞ

İşletmelerin toplum ve topluma olan ilgisine yönelik araştırmalar uzun yıllardır yapılmaktadır. Daha önceden işletmeler tarafından sosyal sorumluluk olarak bilinen kurumsal sosyal sorumluluk kavramı son yıllarda birçok aktörün ilgisini çekmektedir. Bilim insanları bu kavramın üzerinde çok yönlü çalışma yapmakta, işletmeler stratejik faaliyetlerine eklemekte, hükümetler teşvik etmekte ve sivil toplum örgütleri girişimlerde bulunmaktadır (Farajollahi, 2016, s. 1).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, ilk olarak Bowen (1953) tarafından ortaya atılmıştır. Bowen'in ardından kavram için birçok tanım önerilmiştir (McWilliams vd., 2001). Fakat hâlâ bu kavram için ortak karar verilmiş bir tanım bulunamadığı gibi birçok kurumsal sosyal sorumluluk ilişki modeli de öne sürülmüştür (Carroll, 1979).

Kurumsal sosyal sorumluluk iş hayatında birçok insanın ilgilendiği konu olmuştur. Araştırmalardan yola çıkarak, etik ve şeffaf olan işletmeler daha verimli çalışanlara ve müşteri tutundurma potansiyeline sahip olmakla birlikte tedarikçilerin bu işletmelerle ticari ilişkileri zaman içerisinde daha güçlü konuma gelmektedir (Donaldson, 2006).

İşletmeler, amaçlarını ne derecede gerçekleştirdiğini ve hedeflerinin ne kadarına ulaştığını ölçmek için finansal performansını değerlendirmektedir. Günümüz şartlarında işletmeler, toplum tarafından finansal tablolarda yer alan rakamsal göstergelerle birlikte, sosyal sorumluluk faaliyetleriyle de değerlendirilmektedir (Ateşoğlu & Türker, 2010, s. 210). İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına önem verdiği sürece toplumun işletmelere verdiği değer de artmaktadır. Bu nedenle işletmeler sürdürülebilirliklerini devam ettirebilmeleri için kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelmeleri gerektiği düşünülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk yapmaya yönelik işletmeler yaptıkları faaliyetlerin kalitesini değerlendirmişlerdir. Bununla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk adına yapmış oldukları faaliyetleri ve finansal tabloları web sitelerinden yayımlayarak toplumla paylaşmışlardır (Arslan, 2019).

Bu çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makalelerin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Çalışma konusuna ilişkin yapılan tarama sırasında ulusal ve uluslararası veri tabanlarında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanmış ve ülkemizde

sosyal bilimler alanında saygınlığı olan ve herhangi indeksli bir dergide bulunan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu tespit edilmiştir.

Tüm bu bilgiler ışığında oluşturulan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makalelerin bibliyometrik analizinin araştırıldığı bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümü olan bu giriş bölümünde tez çalışmasının araştırma amacı, problemi, önemi, kapsam ve sınırlılıkları ve çalışma konusuyla ilgili kuramsal açıklamalar yapılmıştır. Yöntemin yer aldığı ikinci bölümde, araştırma verilerinin toplanması, araştırmanın deseni, araştırma verilerinin analizi ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Üçüncü bölümde ise analiz bulguları yer almaktadır ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Araştırmanın son bölümü olan dördüncü bölümünde ise, araştırmadan elde edilen sonuç, tartışma ve önerilere yer verilmiştir.

Bu çalışmanın temel amacı ulusal ve uluslararası veri tabanında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yapılan bilimsel çalışmaların bibliyometrik profillerini ortaya çıkarmak ve böylece dünyada yapılan çalışmalara bakarak Türkiye'nin bu alandaki yerini belirlemektir.

Araştırmanın temel problemini, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisiyle ilgili yayımlanan makalelerin ulusal ve uluslararası veri tabanlarında dağılımı nasıldır ve çalışmalara göre Türkiye'de yapılan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi sonucunda hangi bulgulara ulaşılmıştır soruları oluşturmuştur. Araştırmanın alt problemleri ise Tablo 1' de gösterilmiştir.

Tablo 1*Araştırmanın Alt Problemleri*

NO	Araştırma Soruları
1	Ulusal ve uluslararası veri tabanlarında bulunan bilimsel çalışmaların yıllara göre dağılımı ve yıllar içinde değişimi nasıldır?
2	Ulusal ve uluslararası veri tabanlarında bilimsel çalışmaların yayımlandıkları dergilere göre dağılımı nasıldır?
3	Ulusal ve uluslararası veri tabanlarında bulunan bilimsel çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı nasıldır?
4	Uluslararası veri tabanında bulunan bilimsel çalışmaların araştırma alanlarına göre dağılımı nasıldır?
5	Uluslararası veri tabanında bulunan makalelerin ülkelere göre dağılımı nasıldır?
6	Uluslararası veri tabanında yayımlanan bilimsel çalışmaların yazarlarının ortak atıf analiz dağılımı nasıldır?
7	Uluslararası veri tabanında yayımlanan bilimsel çalışmaların akademik dergilerde ortak atıf analizi nasıldır?
8	Uluslararası veri tabanında yayımlanan bilimsel çalışmaların yazarlarının yayın sayıları ve yayımlanma yılları nasıldır?
9	Uluslararası veri tabanında yayımlanan bilimsel çalışmaların ve yayımlandıkları ülkelerin yıllara göre dağılımı nasıldır?
10	Uluslararası veri tabanında yayımlanan bilimsel çalışmaların ve yayımlandıkları kurumların yıllara göre dağılımı nasıldır?
11	Ulusal veri tabanlarında yayımlanan bilimsel çalışmalar kaç yazardan oluşmaktadır?
12	Ulusal veri tabanlarında yayımlanan bilimsel çalışmaların yayımlandıkları dillere göre dağılımı nasıldır?
13	Ulusal veri tabanlarında yayımlanan bilimsel çalışmalarda kullanılan analizlerin dağılımı nasıldır?
14	Ulusal veri tabanlarında yayımlanan bilimsel çalışmaların amaçlarına göre dağılımı nasıldır?
15	Ulusal veri tabanlarında yayımlanan bilimsel çalışmaların odaklanılan gruplara göre dağılımları nasıldır?
16	Ulusal veri tabanlarında yayımlanan bilimsel çalışmaların elde edilen sonuçlara göre dağılımı nasıldır?
17	Ulusal veri tabanlarında yayımlanan bilimsel çalışmaların atıf analizi nasıldır?

Kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performansa etkisi ile ilgili çalışmalar dünyada 1950’li yılların başından itibaren çalışılmaya başlanmasına rağmen Türkiye’de bu alan ile ilgili ilk makale çalışması 2010 yılında Aras vd. tarafından yapılmıştır (Arslan, 2019, s. 68). Yapılan literatür araştırmasında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makale çalışmalarının Türkiye’de çok sınırlı olduğu görülmektedir. Bu tez çalışmasıyla amaçlanan Türkiye’deki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisiyle ilgili çalışmalara katkıda

bulunmak ve gelecekte yapılacak akademik çalışmalar için temel oluşturabilecek bir yayın hazırlayabilmektir.

Bu çalışmada, seçilen veri tabanlarında bulunan bilimsel dergilerde konuyla ilgili yayımlanan makaleler incelenmektedir. Bilimsel dergilerde yayımlanan makaleler, makalelerin temel kalitesini esas alan bir hakem değerlendirme sürecinden geçmiştir. Makaleler, ISI Web of Science, Dergipark ve TR Dizin veri tabanlarında 2010-2020 yılları arasında “kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans” ve “corporate social responsibility and financial performance” kelimelerini başlıkta veya özetinde bir arada bulunduran makaleler analize dâhil edilmiştir. Türkiye’de bu alanla ilgili ilk makale çalışması 2010 yılında yapılmasından dolayı Web of Science veri tabanında 2010’dan itibaren yapılan çalışmalar incelenmiştir. Bunun nedeni Türkiye’de ilk çalışma yılı esas alınarak, dünyada yapılan çalışmalara göre Türkiye’nin bu alanda nerede olduğu tespit etmektir. Çalışmada kullanılan veri tabanlarının seçimi yapılırken nelere dikkat edildiği yöntem bölümünde açıklanmaktadır. Ulusal veri tabanlarında konuyla ilgili makale çalışmalarının yeterli sayıda olmamasından dolayı Ulusal Tez Merkezi’ndeki konuyla ilgili tezler çalışma kapsamına dâhil edilmiştir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Kurumsal sosyal sorumluluk literatürde yeni bir kavram olmasa da toplumun bu konudaki duyarlılığı henüz yeni yeni ortaya çıkmaktadır. Literatürde bu konuya ilişkin birçok tanım bulunmaktadır (Aktan & Börü, 2007). Avrupa Birliği (2011) tarafından kurumsal sosyal sorumluluk kavramı işletmelerin sosyal ve çevresel konuları gönüllülük esasına dayalı olarak faaliyetlerine ve paydaşları ile etkileşimlerine dâhil etmesi olarak tanımlanmıştır. Bu tanıma göre, kurumsal sosyal sorumluluk aşağıdaki unsurları içermektedir (Alpaslan, 2012, s. 4):

- Kurumsal sosyal sorumluluk gönüllülük esasına dayalı yapılmaktadır.
- Kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal ve çevresel sorunlarla ilgilenmektedir.
- Kurumsal sosyal sorumluluk, işletme faaliyetlerinden ayrı olarak ele alınmamalı faaliyetlerin bir parçası olarak düşünülmalıdır.

- Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin iç ve dış paydaşlarla etkileşimini kapsamaktadır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi

İnsanlarda doğuştan beri var olan sorumluluk kavramı yıllar içinde toplumlara yerleşerek kendine geniş bir sosyal sorumluluk alanı yaratmıştır. Sosyal sorumluluk kavramının çok eski tarihlere dayandığını söylemek mümkündür. Tarih öncesi dönemlere kadar uzanan bu sosyal sorumluluk kavramı ve uygulamaları uygarlığın ve dinlerin ortaya çıkmasıyla birlikte gelişim göstermiştir (Sarıca & Yüksel, 2012, s. 50).

Kurumsal sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimini üç başlık altında incelemek mümkün olmaktadır. Bunlar:

- İşletme öncesi dönem,
- Sanayi devrimi öncesi dönem,
- Sanayi devrimi sonrası dönem olarak ele alınmaktadır (Macit, 2020, s. 23).

M.S. 1100 yıllarına kadar olan bu döneme işletme öncesi dönem denilmektedir. Dönemin sosyal sorumluluk faaliyetleri din ve medeniyet ile başlamıştır. İlk uygarlıkları kapsayan bu dönemde önemli sayılabilecek yeni sosyal sorumluluk uygulamaları yapmasalar bile kişisel yargılama mekanizmaları, inançları, etik görüşleri ve yasalarında etkisiyle farkına varmadan sosyal sorumluluk faaliyetlerini yürütmüşlerdir (Özüpek, 2004, s. 24).

Bu dönemde tüm semavi dinler bireylere, toplumlara, toplum içindeki gruplara çeşitli görev ve sorumluluklar yüklemişlerdir. Hristiyanlık dininde sosyal sorumlulukla ilgili konular kilise aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. İslam dininde ise zekât verme anlayışının gelişmesinden kaynaklı yardıma muhtaç olanlara karşı toplum sorumlu tutulmuştur. Netice olarak insanlar din, kültür, inanış, ahlaki görüş, değer ve yargıları ile farkında olmadan bir davranış biçimi geliştirmişlerdir (Bayrak, 2001, s. 85). İşletme öncesi dönemde ahlaki yaklaşımlar, toplumsal kural ve yasalar ticaretle uğraşan kişilerin davranışlarında da önemli bir rol oynamıştır (Sarıca & Yüksel, 2012, s. 50).

Sosyal sorumluluğun ikinci dönemi olarak adlandırılan sanayi devrimi öncesi dönem, M.S. 1100'den 1800'e kadar olan yılları kapsamaktadır. Bu dönem bilimden uzak, küçük işletmelerin sipariş üzerine üretim yapmakta olan dükkânları ile ilgili olan faaliyetlerini ele almaktadır (Aktan & Börü, 2007, s. 23).

Sanayi devrimi öncesi dönem için devletin Merkantilizm politikaları uygulaması sosyal sorumluluk açısından toplum ile ilgili her türlü kararı verme yetkisine olanak sağlamıştır. Merkantilizm'in hâkim olduğu bu dönemde, yöneticiler için baskın olan sosyal sorumluluk düşüncesi başka ülkelere karşı kendi ülkelerinin çıkarlarını düşünmek ve diğer ülkelere sorumsuzca davranmak şeklinde ifade edilebilmektedir (Özüpek, 2004, s. 24-25). Merkantilizm düşüncesine göre bir ülkenin refah seviyesi o ülkenin değerli madenleri ile ölçülmektedir. Yine bu düşünceye göre, devlet hazinesinin, toplumun refah seviyesini yükseltmek, tüketicinin veya işçinin yararına harcamalar yapmak gibi unsurlarla hiçbir ilgisi yoktur (Kaya, 2013, s. 10). Bu dönemde gücün ve gelirin devletin elinde olması ve buna bağlı olarak devletin çalışanlara düşük ücret vermesi gelir dağılımı adaletsizliğini ortaya çıkarmıştır. Bu sebeple halkın yoksullaşması ve enflasyon gibi sorunlar meydana gelmiştir. Bu dönemde devletler yoksul ülkeleri sömürmekte, değerli madenlerini ve işgücünü kullanmaktadır. Buna karşı olarak 1800'lü yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'nde işletmelerin bağıştta bulunması ve toplumun çıkarlarına yönelik sosyal sorumluluklar yapması örnek bir davranış olarak görülmüştür (Bayraktaroğlu vd., 2009). Bu dönemdeki düşünceler batı toplumunda olduğu gibi doğu toplumunda da dini inançların etkisiyle oluşmuştur. Fakat İslamiyet'in toplum değerlerine önem vermesi, yardımlaşmayı ve paylaşımcı olmayı inanç kavramıyla bütünleştirmesi, faizi yasaklaması ve yardıma muhtaç olanlara zekât vermeyi emretmesi gibi dini vecibelerle sosyal sorumluluk kavramı, batı toplumlarına karşı doğu toplumunu daha öne taşıdığı söylemek mümkündür (Yıldırım, 2013, s. 11).

Sosyal sorumluluk kavramının Anadolu'da bu kadar hızlı gelişmesindeki bir diğer sebep Ahilik ve Lonca anlayışının yaygınlaşmasıdır. Ahilik, düzenli bir yapısı olan esnaf ve sanatkâr gruplarına denilmektedir. Asıl amacı ise toplumun bütün kesimleriyle üreticiyle tüketicinin, zenginle fakirin, toplumla devletin arasında iyi bir iletişim kurmak ve her grubun kendi içinde güvenli ve huzurlu yaşamasını sağlamaktır. Loncalar ise çalışanların haklarının korunması, esnaf ve zanaatkârlara değer verilmesi, ekonomik yaşam döngüsünün belirli sınırlar çerçevesinde düzenlenmesi konusunda etkili bir rol

üstlenmiştir. Sanayi devriminden sonra loncaların etkisi azalmaya başlasa da sosyal sorumluluğun gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır (Korkmaz, 2009, s. 28-29).

Sanayi devrimi sonrası dönem, 1800'lü yıllardan II. Dünya Savaşı'na kadar olan yılları temsil etmektedir. Sanayi Devriminin gelişmesinde Adam Smith'in klasik iktisadi görüşü ve üretimde buhar gücünün kullanılmasından dolayı makineleşme olarak iki etken vardır. Adam Smith, ekonominin görünmez bir el tarafından yönetildiğini ve ekonomide her şeyin bir düzen içerisinde olduğunu ve bu düzene müdahale edilmemesi gerektiğini savunmuştur. Adam Smith'in teorisi yönetim sistemi için gerekli düşünceleri ortaya çıkarmış ve böylece sosyal sorumluluk kavramının gelişmesine katkı sağlamıştır. Enerji kaynağı olarak buhar gücünün kullanılması ise seri üretimi ortaya çıkarmış ve üretimde tarımdan endüstriye geçiş sağlanmıştır (Korkmaz, 2009, s. 29).

Sanayi devriminin başlangıcı 19. yüzyılın ikinci yarısı olarak ele alınmaktadır. Sanayi devriminde sosyal sorumluluk anlayışı işletme faaliyetlerinin kârlılık oranları ile doğru orantılı bir şekilde gelişmiştir. İşletmeler maksimum kâr elde ettiğinde hem amaçlarını hem de sorumluluklarını gerçekleştirmiş olacaktır (Özüpek, 2004, s. 25). Bu dönemde, üretimi artırmak ve buna bağlı olarak yeni istihdam alanları oluşturmak hedeflenmiştir. Sadece kâr elde etmeye odaklanan işletmelerin bu tutumları sonucunda, çalışanların ve tüketicilerin hakları umursanmamış, üretim sonucunda çevreye verilen zararlar göz ardı edilmiştir. Bundan dolayı toplum zamanla bilinçlenmiş ve toplumun işletmelere karşı olan beklentileri de değişmiştir (Güngör, 2016, s. 9).

1900'lü yıllarda ekonomik döngü dinamik bir şekilde varlığını sürdürürken I. Dünya Savaşı ve akabinde Ekonomik Buhran'ın yaşanması işletmeleri yeni stratejiler geliştirmeye zorlamıştır. New York borsasının 1929 yılında çökmesiyle ekonomik döngü dinamikliğini kaybedip durağan hale gelmiştir. İş yaşamında ve ekonomik yaşamda değişimlere sebep olan bu Ekonomik Buhran tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Yaşanan bu Ekonomik Buhran sonucunda işletmelerin kapanması ve buna bağlı olarak işsizlik sorunu, satın alma gücünde azalmalar gibi olumsuz durumlarla karşı karşıya kalınmıştır. Bu olaylar neticesinde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının kullanılmasında artış görülmüştür (Berker, 2008, s. 29-32).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı 1950'li yıllardan itibaren yeni bir ivme kazanmıştır. Bu kavramdan ilk kez Oliver Shelton "*Yönetim Felsefesi*" (*The Philosophy*

of Management) adlı kitabında bahsetmiştir. 1953 yılında kurumsal sosyal sorumluluk kavramı Howard R. Bowen “*İş Adamının Sosyal Sorumlulukları*” (*Social Responsibilities of the Businessman*) adlı çalışmasıyla birlikte ilk kez bir makalede kullanılmıştır (Alkan, 2004, s. 4). Bowen çalışmasında, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının temelleri atmış olup yaptığı diğer çalışmalarla da kurumsal sosyal sorumluluğun öncüsü olarak bilinmektedir. Bowen bu çalışmasında, işletme faaliyetlerinin toplum değerlerine uygun olması gerektiğini vurgulamıştır (Bayraktaroğlu vd., 2009, s. 35). 1950’li yıllarda yasa dışı ekonomik aktivitelerin yasaklanması, çalışanların ve tüketicilerin haklarını korumaya yönelik geliştirilen tedbirler işletmelerin sosyal sorumluluk algısında önemli değişiklikler yapmasında etkili olmuştur (Özüpek, 2004, s. 33).

1960-1970’li yıllarda ambalajların doğru bilgi vermesi, kullanılan reklamlarda ürünlerle ilgili gerçek bilgilerin tüketiciye aktarılması, sağlığa uygun gıda ürünleri üretilmesi, çalışanların ve çevrenin sağlığı ve güvenliği, gelir dağılımı eşitliği gibi pek çok konuda yasalar gündeme gelmiştir. 1960’lı yıllarda etkili olan sosyal sorumluluk düşüncesine bağlı olarak 1970’li yıllarda sözü edilen yasaların uygulanması, işletmelerin ekonomik faaliyetlerinin sosyal sonuçlarında etkili olmaya başlamıştır (Özüpek, 2004, s. 33-35).

1960’lı yıllarda çevresel ve toplumsal hareketler işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine verdiği değeri artırmıştır. Bu yıllarda sivil toplum örgütlerinin toplum içinde değeri artarken dil, din, ırk ve kadın hakları gibi konularda etkili adımlar atılmıştır. Yaşanan bu gelişmelerle işletmelerin sosyal sorumluluk bilinci de artmıştır (Aktan & Börü, 2007, s. 12). 1970’li yıllarda toplum, işletmelerin sorumluluklarını artırmış ve işletmelerin ekonomi dışı faaliyetlerini sorgulamaya başlamıştır. Bu bağlamda, 1980’li yılların başlarında işletmeler ekonomik faaliyetlerinin yanı sıra kurum içi ve kurum dışı paydaşlarına da değer vermeye başlamıştır. Bu dönemde işletmeler, çevreye ve topluma karşı daha bilinçli bir şekilde yaklaşmıştır (Lantos, 2001).

1980’li yıllarda Amerika’da siyasi politikalarda yaşanan olumsuz durumlardan dolayı çevre politikaları, tüketici haklarını koruma, eşit şartlarda istihdam fırsatları geçmiş yıllardaki gibi başarıyla sürdürülememiştir (Frederick, 1983).

1980’li yılların ortasında Freeman (1984) günümüzde de etkisini hâlâ gösteren Sosyal Paydaş Teorisini geliştirmiştir. Yalnızca hissedarların menfaatini gözeten teorilere zıt olarak bu teori, yöneticilerin tüm paydaşlarını tatmin edecek uygulamalar geliştirmesi gerektiğini savunmaktadır. Freeman’ın teorisine göre hissedarların, çalışanların, tüketicilerin, tedarikçilerin ve diğer grupların menfaatinin yönetimi ve birleşiminin zorunlu olduğunu ileri sürmektedir. 1990’lı yıllarda eğitim alanında artış olması sebebiyle bireyler bilinçlenmiş ve bireylerin refah seviyesinde iyileşme olduğu görülmüştür ve böylece bireylerin beklentileri de artmıştır. İşletmelerin yüksek gelir elde edebilmesi ve devamlılığını sağlayabilmesi için kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları zorunlu bir faaliyet olmaya başlamıştır (Alkan, 2004, s. 5).

2000’li ve sonraki yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk kavramı daha fazla kullanılmaya başladığından dolayı yeni pazar motifleri, yeni ölçümler ve yeni görevler oluşmuştur. Devlet eliyle olan düzenlemelerin yerini bu yeni işleyiş almıştır (Yamak, 2007, s. 82). Kurumsal sosyal sorumluluğun yaygınlaşmasında Dünya Bankası, Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı, Avrupa Birliği ve diğer uluslararası kuruluşlar etkili olmuştur. 2005 yılı Avrupa Birliği tarafından “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yılı” olarak tanımlanmıştır (Bayraktaroğlu, 2009, s. 36).

Kurumsal sosyal sorumlulukların uygulama alanları çeşitlilik göstermektedir. Bunlar; sağlık, eğitim, çevre ve topluma destek uygulamaları olarak sıralanabilir. Bu uygulamaları daha detaylı incelemek gerekirse yaşam kalitesinin yükselmesi, toplum yönünden hayatı kolaylaştırması, doğal çevreyi koruması, meslek edindirmesi, kültürel varlıklara sahip çıkılması ve gelecek nesillere aktarılması, çevre yararına yatırımlar yapılması gibi geniş bir uygulama alanı vardır (Gürel, 2010, s. 118).

Tüm bu anlatılanlardan yola çıkılarak aşağıdaki Tablo 2’de kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tarihsel süreç içerisinde boyutlarına yer verilmiştir.

Tablo 2

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Yıllar İtibariyle Boyutları (1950-2000)

1950’li Yıllarda: Topluma karşı zorunlu yükümlülükler
1960’lı Yıllarda: İşletme ve toplum arasında saygınlık
1970’li Yıllarda: Ekonomik, yasal, etik ve hayırsever sorumluluklar, mahalle problemlerinin çözülmesi, refah seviyesinin yükselmesi sosyal performansın önemi
1980’li Yıllarda: Sendika anlaşmaları, ekonomik kârlılık, etik ve sosyal destek
1990’lı Yıllarda: Hissedarların ortaklığı, toplum desteği, çevre yönetimi, insan faktörü
2000’li Yıllarda: Etik prosedürler, ekonomik seviyede kalkınma, toplumun refah seviyesinde artışlar, çevreyi koruma, işçi ve insan hakları politikaları, yasal olmayan işlerle mücadele etme

Not. S. Rahman, 2011, World Review of Business Research, 1(1), s. 166-173 tarafından yayımlanmış olan ‘‘Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility’’ adlı çalışmadan alınmıştır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Faktörler

Kurumsal sosyal sorumluluğun oluşumuna, gelişimine ve değişimine yön veren faktörleri ekonomik faktörler, politik faktörler ve sosyal faktörler olarak üç açıdan incelemek mümkündür (Aktan & Börü, 2007, s. 17).

Ekonomik Faktörler

1900'lerden önce Sanayi Devrimi sırasında doğmuş olan Liberalizm pek çok alanda olduğu gibi ekonomik alanda da hâkim olan görüş olmuştur. Liberalizm ithalat özgürlüğünü savunmuş, gümrükleri kaldırmış, serbest rekabete, ekonomiye ve devlet müdahalesine kesin olarak karşı çıkmıştır. 1929 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan Ekonomik Buhran birçok toplumsal ve ekonomik değişikliklere sebep olmuştur. Bundan dolayı devlet ticari faaliyetlerde ve üretimde önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Bu

değişikliklerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkmasında önemli bir etkisi olmuştur (Furan, 2019, s. 7).

Geçmişte kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin nasıl uygulandığını ve o yılların ekonomik durumunun nasıl olduğunu anlatan pek çok örnek bulmak mümkündür. Peter Frankental (2001), Fransız Devrimi'nin yaşandığı yıllarda kendi işletmesinde çalıştırdığı yoksul işçilerine eğitim ve konut sağlayan Joseph Rowntree adlı bir girişimciden bahsetmektedir. 20. yüzyılda Amerikan kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı yavaş yavaş ortaya çıkmakla birlikte birçok grup bunun önemini vurgulamıştır. Bu yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'ndeki işletmeler, tekelci davranış ve rekabeti engelleyecek şekilde hareket etmekle suçlanmışlardır. Bu eleştirilere yanıt olarak anti tröst yasalar, müşteri hakları vb. faaliyetler geliştirmeye başlamıştır (Yıldırım, 2013, s. 13).

Politik Faktörler

II. Dünya Savaşı'ndan sonra dünya iki kutuplu bir yapıya dönüşmüştür. Bu yıllar, dünyadaki demokratikleşme eğiliminin büyümeye başladığı yıllar olarak da anılmaktadır. O dönemde insan haklarına fayda sağlayabilmek için yeni adımlar atılmıştır. Bireylerin sosyal toplum içinde öneminin artmasıyla birlikte işletmelerin bireyleri ve toplumu daha çok önemsemesine ve daha fazla değer vermesine sebep olmuştur (Yıldırım, 2013, s. 14).

Sosyal Faktörler

Dünya'da toplumların birbirleriyle iletişimi ve etkileşimi 1900'lü yıllarda artış göstermiştir. İletişim ve etkileşim, ilk olarak kendi içinde buldukları toplumun bireyelerine daha sonra dünya üzerinde yaşayan diğer toplumlardan bireyelerle birlikte hareket etmesine olanak sağlamıştır. 1930'lar, çalışanların sendika hakları kazandıkları ve daha iyi işler, ücretler ve yaşam koşulları talep etmeye başladıkları bir toplumsal dönüşüm yılları olmuştur. Küreselleşme hareketinin etkisiyle sınırların ortadan kalkması ve çok uluslu şirketlerin yerel pazardaki aktif rolü, sosyal etkileşimi ve farkındalığını artırmaktadır. Tüm bu sosyal değişiklikler, şirketlerin birçok farklı toplum sınıfına karşı tutumlarını değiştirmelerine ve toplumla daha iyi ilişkiler kurmalarına sebep olmuştur. Bu değişimler neticesinde çok uluslu şirketler toplumdaki farklı siyasi partilerle iyi

ilişkiler kurma ve bu partiler nezdinde meşruiyet kazanma çabalarını artırmıştır (Yıldırım, 2013, s. 14).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlgili Temel Yaklaşımlar

İşletmelerin ve paydaşların arasındaki ilişkilerin gelişmesiyle bazı yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Bunlar:

- Klasik Yaklaşım (Friedman Yaklaşımı)
- Modern Yaklaşım (İş Döngüsü Yaklaşımı) olarak ikiye ayrılmaktadır (Torlak, 2001, s. 35).

Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı (Friedman Yaklaşımı)

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini klasik açıdan temsil eden ünlü iktisatçı Milton Friedman işletmenin kârlarını sadece iç finansmanda kullanması gerektiğini savunmuştur. Friedman işletmenin asıl sorumluluğunun işletmeye sermaye yatırmış olan hissedarlara karşı, işletmenin kârını artırmak olduğunu ileri sürmüştür. Böylece işletmenin kârlılığı artacak ve yeni yatırımlar için sermaye elde edilecektir yine buna bağlı olarak istihdam yaratılacak ve bu işgücü ve sermaye ile üretim yapılacağı düşünülmektedir (Torlak, 2001, s. 36).

Şekil 1

Freidman'ın İşletme ve Sorumlulukları Kavramı



Not. D. Baron, 2012, New Jersey: Prentice Hall, s. 566 tarafından yayımlanmış olan “Business and Its Environment” adlı çalışmadan alınmıştır.

Freidman, yöneticiler kaynaklarını eğer sosyal faaliyetler için kullanırsa bu durumun pazarın işleyişini bozacağını ve bozulan pazar işleyişinin düzelmesi maliyetleri ortaya çıkacağını ileri sürmüştür. Bunun neticesinde kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları kârları azaltacak, kârları azalan işletmelerin yatırımcılarını kaybedecektir. Bu bağlamda, işletmelerin temel sorumluluğu sadece kâr elde etmeye yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır (Özüpek, 2004, s. 39-40). Bu yaklaşıma göre sosyal sorumluluk faaliyetleri işletmeler için olumsuz durumlar ortaya çıkarabilmektedir. Bunlar; işletmenin kârının düşmesi, maliyetlerinin yükselmesi, hedeflerinin değişmesi ve toplumda işletme sorumluluğunun eksilmesi olarak sıralanabilmektedir (Halıcı, 2001, s. 14).

Modern Yaklaşım (İş Döngüsü Yaklaşımı)

Modern yaklaşım, işletmenin kaynaklarının bir bölümünü toplum için kullanması gerektiğini savunmaktadır (Top & Öner, 2008, s. 101). Bu yaklaşım hissedarların kârlarını üst seviyeye çıkarırken aynı zamanda paydaşlarının yasal haklarının da korunması gerektiği savunan bir yaklaşımdır ve klasik yaklaşımının eksiklerini tamamlamak için ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Klasik yaklaşımın arka planda bıraktığı paydaşlar bu yaklaşımla birincil derece öneme sahip olmuşlardır (Torlak, 2001, s. 39).

Modern yaklaşımda, kurumların hedefleri klasik yaklaşımında olduğu gibi net bir şekilde açıklanmamıştır. Bununla birlikte modern yaklaşım “hissedarlara iyi bir kâr getirisi sağlanırken aynı zamanda diğer çıkar gruplarının da yasal hakları korunmalıdır” diye tanımlanmış olup yasal ve iyi kavramlarının ne anlam ifade ettiği net bir şekilde belirtilmemiştir (Baron, 2012, s. 567).

Şekil 2

İş Döngüsü Yaklaşımına Göre İşletme ve Sorumlulukları



Not. D. Baron, 2012, New Jersey: Prentice Hall, s. 566 tarafından yayımlanmış olan “Business and Its Environment” adlı çalışmadan alınmıştır.

Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli

Carroll’a göre kurumsal sosyal sorumluluk, toplumun belirli bir noktada ekonomik, yasal, ahlaki ve gönüllü beklentilerini kapsamaktadır. Carroll, buradan yola çıkarak bu dört boyutlu sosyal sorumluluğu grafiksel olarak göstermek için dört bölümlü bir kurumsal sosyal sorumluluk piramidi ortaya çıkarmıştır (Schwartz & Carroll, 2003, s. 503).

Şekil 3

Carroll’un Dört Boyutlu “Sosyal Sorumluluk Piramidi”



Not. Carroll, A. B. 1991, Business Horizons, 34(4), s. 39-48 tarafından yayımlanmış olan “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders” adlı çalışmadan alınmıştır.

Carroll'un dört boyuttan oluşan modelinin çerçevesi, kurumsal sosyal sorumluluk alanında hiyerarşik bir yapı önermektedir. Piramidin tepesindeki alan, yani hayırseverlik sorumluluğu, tüm şirketlerin uğraşması gereken, en önemli ve değerli alan iken, piramidin altındaki ekonomik alan en az değere sahip alandır (Schwartz & Carroll, 2003, s. 505). Carroll'un kurumsal sosyal sorumluluk piramidi ekonomik sorumluluk, yasal sorumluluk, etik sorumluluk ve hayırseverlik sorumluluğu olarak dört boyutta incelenmiştir (Carroll, 1991, s. 40).

Ekonomik Sorumluluk

Carroll (1991), kurumsal sosyal sorumluluğun ekonomik alanını "hisse başına kazancı en üst düzeye çıkarmak, en kârlı olmak, güçlü bir rekabet konumunu sürdürmek, yüksek işletme verimliliği sağlamak ve tutarlı bir şekilde hareket etmek" olarak tanımlamaktadır.

İşletmeler, toplum üyelerine ürün sağlamak için ekonomik varlıklar olarak yaratılmıştır (Ilıç, 2010, s. 308). Bu nedenle, temel görevleri tüketicilerin ihtiyaç duyduğu ürünleri, yeterli düzeyde kâr elde edecek şekilde üretmektir. Başka bir deyişle, kâr güdüsü fikri, kârı maksimize etme düşüncesine dönüşmüştür (Carroll, 1991, s. 41). Diğer tüm iş sorumlulukları işletmenin ekonomik sorumluluklarına bağlı olduğundan ve ekonomik sorumluluklar yerine getirilmezse diğer sorumlulukları yerine getirmek mümkün olmadığından, Carroll ekonomik sorumlulukları piramidin temeline koymuştur (Arslan, 2019, s. 26).

Yasal Sorumluluk

Carroll'un (1979) yasal sorumluluk kategorisi, yasaya uygunluk olarak tanımlanmıştır. Yasal sorumluluk kanun tasarısının belirlenmesi anlamında ve temel adalet kavramını içerecek şekilde nitelendirilmiştir. Bu yasalara uygun davranmak işletmenin sorumluluğundadır. Carroll (1991), çeşitli federal, eyalet ve yerel düzenlemelere uyan hükümetlerin ve yasaların beklentilerini karşılayacak şekilde yasal sorumlulukları yerine getirmenin önemli olduğuna işaret etmiştir. Başarılı şirketler, yasal yükümlülüklerini yerine getiren şirketler olarak görülmektedir.

1800'lü yıllarda kurumsal kişiliğin ve var olmanın ayrılmaz bir parçası olan sosyal sorumluluk, artık işletmeye devredilmiştir. Böylece piyasa ve rekabet faktörlerinden etkilenen stratejik bir seçim olmaya başlamıştır (Banerjee, 2008, s. 58).

Etik Sorumluluk

Etik, bir bireyin tüm eylem ve davranışlarının doğru, yanlış, değerli veya değersiz olup olmadığını değerlendirmesine denilmektedir (Ülgen & Mirze, 2004, s. 479). Sosyal sorumluluğun etik boyutu, yasal olarak zorunlu olmamakla birlikte toplumun beklenen ve yasaklanan davranış ve uygulamalarını yansıtmaktadır. Bu durumda etik sorumluluk, toplum tarafından şirketin etik değerlere uygun hareket edeceğine dair beklentisini içermektedir (Taşlıyan, 2012, s. 29).

Topluma ve iş ahlakına uygun davranmayan işletmeler, toplum tarafından küçük düşürülmekle cezalandırılmıştır. Toplumun işletmelerden ticarete birbirini aldatmamak, anlaşmalara bağlı kalmak, toplumun arz yetersizliği yaşadığı durumlarda fırsatçı davranmamak, sattığı ürünün niteliklerini tam olarak söylemek, malın kötü yönlerini müşterisinden saklamamak ve alacağı malın değerini düşürmek için kötülememek, alacağın tahsilinde ve borcun ödenmesinde gereken fedakârlıkta bulunmak gibi etik davranış beklentileri bulunmaktadır (Özüpek, 2004, s. 75).

Hayırseverlik Sorumluluğu

Hayırseverlik sorumluluğu, işletmenin tercihlerine ve isteklerine göre yürütülen faaliyetleri içermektedir. Bu faaliyetler yetkilendirilmemiştir, düzenlenmemiştir veya sosyal yasalar tarafından açıkça zorunlu tutulmamıştır. Toplum, işletmelerin bu tür faaliyetlerde bulunmasını beklemektedir ve buna uygun olmayan işletmeleri etik dışı diye değerlendirmektedir. Hayırseverlik sorumluluğuna örnek olarak sanat ve eğitim için mali destek, huzurevlerinde yaşayanlar için sosyal faaliyetler ve hayvan barınakları kurulması gibi gönüllü faaliyetler verilmektedir (Özüpek, 2004, s. 76).

Kurumsal sosyal sorumluluk değeri şirketin iş stratejisiyle uyumlu olmasına rağmen, hayırseverlik toplumun yararınadır (Yazar, 2009, s. 145). Son yıllarda ahlaki değerlere dokunan ve onu hayırseverlik temelinde şekillendiren sosyal sorumluluk araştırmalarına önem verilmesiyle bu kavram daha anlamlı hale gelmektedir (Balı & Cinel, 2011, s. 51).

İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

Kurumsal sosyal sorumluluk alanları, kurumların ilişkili olduğu tüm paydaşlara yöneliktir. Bu yönüyle kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ele alındığında işletmelerin tüm stratejilerine, işleyişine ve iş yapma anlayışına hâkim ve sürdürülebilir olmalıdır. İşletmelerin paydaşlarına yönelik birden fazla sorumlulukları vardır. Her bir paydaşın beklentileri ve önem verdikleri konuların sosyal sorumluluk alanlarının belirlenmesi yönünden bilinmesi gerekmektedir. Kavram olarak kurumsal sosyal sorumluluk, paydaşlara karşı olan tüm sorumlulukları ifade etmektedir. İşletmelerin sosyal sorumluluk alanlarını şu şekilde sınıflandırmak mümkündür (Aktan & Börü, 2007, s. 15):

- Çalışanlara karşı sorumluluk
- Müşterilere karşı sorumluluk
- Hissedarlara karşı sorumluluk
- Rakiplere karşı sorumluluk
- Tedarikçilere karşı sorumluluk
- Devlete karşı sorumluluk
- Topluma karşı sorumluluk
- Doğaya ve çevreye karşı sorumluluk

Çalışanlara Karşı Sorumluluk

İşletme çalışanı bazen bir temsilci, tüketici veya toplumun bir üyesi olarak işletmenin ekosistemi içerisinde bulunabilmektedir. Bu sebeple işletmenin faaliyetlerinden etkilenen tarafların başında çalışanlar gelmektedir. İşletmenin çalışanlarına karşı sorumluluklarının en önemlilerinden bir tanesi, çalışanların işletmeye kattıkları emeklerin karşılığı olabilecek dengeli bir ücret sistemini oluşturabilmektir. Bu bağlamda önemli bir konu da ücretin adil olmasıdır. Ücretin tarafsız bir biçimde herkesin hak ettiği ölçüde hiçbir ayırcılığa sebep olmadan ödenmesi çalışanların önemli beklentileri arasındadır (Develioğlu & Çimen, 2012, s. 142).

Bir işletmenin çalışanlarına karşı sorumluluğu sadece finansal olarak değil sosyal olarak da bulunmaktadır. Bu sosyal sorumlulukları, çalışma ortamının çalışanların sağlığı

için uygun koşullarda olması, adil bir ücret sistemi uygulaması, çalışanların motive edilmesi ve sosyal haklardan yararlanması, çalışanların kendilerini geliştirmeleri için fırsatlar sunulması, beklenti ve hedeflerinden memnun olması şeklinde sıralamak mümkündür. (Vural & Coşkun, 2011, s. 75).

Müşterilere Karşı Sorumluluk

İşletmelerin piyasaya sürdükleri malların, müşteri açısından güvenli olmasına dikkat etmeleri gerekmektedir. Ürün ile ilgili müşteriye bilgilendirmek yani ürünün hazırlanmasında kullanılan hammaddenin açıkça belirtilmesi, herhangi bir tehlike arz edip etmediği hakkında bilgi vermesi, nasıl kullanması gerektiğini içeren bilgilerin prospektüs, kullanım kılavuzu veya etiket olarak hazırlanması ve müşteriye gönderilmesi müşterilerin korunması açısından oldukça önemlidir. Ayrıca bu mallar satışa sunulurken yanıltıcı reklamlar, istismarcı fiyatlandırma, çevreye zarar verecek ambalaj kullanımı, müşteri aleyhine rakiplerle anlaşma gibi ahlaki olmayan özellikleri de bulundurmaması gerekmektedir. Müşteriler tüm bu önlemlere rağmen satın aldığı üründen memnun kalmadığı takdirde şikâyetini işletmeye nasıl bildirmesi gerektiğini, işletmenin buna nasıl yanıt vereceğini, garanti süresini, hizmet bakım onarım haklarını bilmek istemektedir (Karasakal, 2012, s. 160).

Müşteriler, satın aldıkları malların fiyat ve kalitesinin yanı sıra çevreyle dost olmasını da istemektedir. Günümüzde üretim girdilerinde çocuk emeğinin olmaması, çalışanların emeklerinin sömürülmemesi gibi durumlar da sorgulanmaya başlanmıştır. Tüketici haklarını koruyan yasalar; ürünlerin kalitesi ve fiyatıyla ilgili yasalar, tüketiciyi bilgilendirme yasaları ve aldatıcı davranışları önlemeyle ilgili yasalar olmak üzere toplam üç grupta incelemek mümkündür. Özellikle reklam faaliyetleri piyasaya yeni çıkan bir ürünün müşteriye tanıtılması açısından önemli bilgiler sağlanmasına rağmen mevcut yasalara uygun yapılmadığı takdirde müşterilerin haklarını ihlal edebilmektedir (Çelik, 2007, s. 68).

Müşterilere yönelik yasal sorumluluklar aynı zamanda etik bir konu olarak ele alınmaktadır. İşletmelerin yalnızca yasal olarak değil, etik açıdan da müşterilere karşı sorumlulukları bulunmaktadır. En temel anlamda müşteriler güvenli, yararlı ve kendilerinden beklenen işlevleri yerine getiren ürünleri uygun fiyata satın alma hakkına sahiptir. Bunun haricinde müşterileri ürün veya hizmet ile ilgili olarak yeterli

bilgilendirmek, aldatıcı tutundurma uygulamalarında bulunmamak, ürün ve hizmet satışından sonra müşterilerle ilgilenmek, işletmelerin müşterilere karşı sorumlulukları arasındadır (Arslan, 2019, s. 22).

Hissedarlara Karşı Sorumluluk

İşletmelerin sermaye sahiplerine karşı başlıca sorumlulukları arasında onların çıkarlarını maksimize etmek en başta gelmektedir. Hissedarların, kâr elde etmenin yanında işletmenin devamlılığının sağlanması, kaliteli ürün üretilmesi, istihdamın sürdürülebilir olması, yeni iş olanaklarının yaratılması, iyi bir ücret politikasının belirlenmesi gibi beklentiler içerisine girmeleri mümkündür (Çelik, 2007, s. 70).

İşletmelerin var olmasını sağlayan yatırımcılara veya hissedarlara karşı sorumlu davranılması gerekmektedir. Hissedarlar yatırım yaptıkları işletmeler ile ilgili bilgileri elde etme hakkını sahip olmakla birlikte yatırımları neticesinde hak ettikleri geliri kazanmak isterler. Hissedarların işletme üzerindeki haklarının korunması gerekmektedir. Güncel mevzuatlara ve ahlaki uygulamalara uymayan faaliyetleri şikâyet etme haklarına sahip olan yatırımcıların işletmelere karşı bazı sorumlulukları bulunmaktadır. İşletmelerin menfaatlerini gözeten kısa ve uzun dönemli faaliyetleri desteklemek ve kurumsal bir yapıya bürünmesine olanak sağlamak gibi görevleri bulunmaktadır (Aydınalp, 2014, s. 17).

Hissedarlar, işletmelerin kârlılık oranını yükselterek ekonomik kazanç elde etmek istemekte ve bununla birlikte hisse değerinin de artmasını beklemektedirler. İşletmeler düşük maliyetler ile yüksek kazançlar elde etmek istemekte ve bu kazancı sağlama sürecinde ise hissedarların desteklerini alarak politika ve uygulamalarını oluşturmaktadır. İşletmelerin alacağı kararlarda yatırımcıların haklarını koruması ve onlara saygı duyması gerekmektedir. Hissedarların doğrudan etkilenecekleri bu kararları alırken, kurumların titiz davranmak zorunda kaldıkları görülmektedir. Aksi durumda, hissedarlar destekleri geri çekerek ya da faaliyetleri desteklemeyerek işletmenin sermayesinin küçülmesine neden olmaktadır (Bayraktaroğlu vd., 2009, s. 10).

Rakiplere Karşı Sorumluluk

Şirketin rakiplerle doğrudan bir ilişkisi olmakla birlikte faaliyetlerinde birbirlerine karşı sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumluluklardan en önemlileri, rekabet kurallarına uymamak, rakipleri kötülemek ve gizli bilgileri kabul etmek gibi haksız rekabet ortamı yaratan durumlardan kaçınmaktır (Vural & Coşkun, 2011, s. 77). Aynı pazardaki rakipleri ortadan kaldırmak veya rekabet avantajını kötüye kullanmak, ülkeye sosyal ve ekonomik anlamda zarar verebilmektedir (Pelit vd., 2009, s. 23).

İşletmelerin hem sorumlulukları hem de etik bir davranışı olarak haksız rekabetten ve rakiplerin asılsız söylemlerde bulunarak karalanmasından, rakiplerle ilgili gizli tutulması gereken bilgilerin ahlaki olmayan yollardan sızdırılmasından, ileri teknoloji gerektiren ürünlerde bilgi casusluğu yapılmasından, rakiplerin çevreye ve insan sağlığına zararlı uygulamaları olduğu yönünde onları zor duruma düşürecek bilgilerin yayılmasından, piyasaya giriş çıkışları engelleyerek tekelleri güç oluşturma çabalarından uzak durmaları gerekmektedir ve bunlar işletmenin rakiplerine karşı olan sorumlulukları arasında yer almaktadır (Torlak, 2001, s. 52).

Tedarikçilere Karşı Sorumluluklar

İşletmelere ürün teminatı yaparak kazanç elde eden ve bu kapsamda işletmeden yararlanan sosyal paydaşlar tedarikçi olarak tanımlanmaktadır. İşletmelerin tedarikçilere yönelik anlaşma ve sözleşmelerinde adaletli davranışları ve aynı zamanda saygılı bir şekilde politika izlemeleri gerekmektedir. Ortak menfaatler söz konusu olduğu için işletme ve tedarikçilerin birbirlerine bağımlı olarak hareket ettikleri belirtilmektedir. İşletmelerin kazanç elde ederek varlığını sürdürmesini sağlayacak hizmet ve ürünlerin tedariki kapsamında, tedarikçilerin ise işletmelerden gelen siparişler ile faaliyetlerine yön verdiği ifade edilmektedir (Aktan & Vural, 2007, s. 15).

İşletmelerin tedarikçilere yönelik güven veren davranışları, tedarikçilere karşı uygulanması gereken en önemli sorumluluk faaliyetlerinden birisidir. Tedarikçilerin ise oluşturulan bu güven ortamı karşısında sözleşme şartlarını uygulayarak ve ahlaki eylem kuralları ile birlikteliklerini sürdürülmesi gerektiği ifade edilmektedir. İşletmelerin tedarikçilerine karşı uygulanacak teklifler kapsamında adaletli olmaları gerektiği ve tüm

tedarikçilere aynı teklifleri sunarak ayrımcılık konusunda dikkatli davranmaları gerektiği vurgulanmaktadır (Torlak, 2013, s. 44).

Devlete Karşı Sorumluluk

İşletmelerin devlete karşı birtakım sorumlulukları bulunmaktadır. Bunları istihdam yaratmak, hukuk kurallarına uygun davranmak, gelirlerinin tamamını göstererek vergi konusunda daha duyarlı olmak gibi sıralamak mümkündür (Arslan, 2019, s. 24).

İşletmelerin faaliyette buldukları ülkede, işletme ile devlet arasında karşılıklı ilişki düzeni bulunmaktadır. Devlet ve diğer kamu kurum ve kuruluşları, işletmelerin ülkeye hizmet vermelerini ve vergi yükümlülüklerini yerine getirmelerini beklemektedir. İşletmeler faaliyetleri sonucunda elde ettikleri kârların bir bölümünü devlete vergi olarak ödemektedir (Torlak, 2013, s. 43). Özellikle son yıllarda işletmeler hükümetlerden daha güçlü hale gelmişlerdir ve artık çok uluslu işletmeler üçüncü dünya ülkelerinin GSYİH'lerinden daha yüksek kâr elde etmektedirler (Öberseder vd., 2013, s. 1848).

Topluma Karşı Sorumluluk

İşletmeler, toplumun beklentilerini dikkate alarak ürün üretmektedir. Bu nedenle toplum ve işletmelerin birbirlerine karşı sorumlulukları bulunmaktadır. En genel biçimde bunlar sosyal ve kültürel faaliyetlerin desteklemek, eğitim desteği sağlamak, sponsorlukta bulunmak, vakıflara, derneklere ve yardım kuruluşlarına bağışlarda bulunmak, çocuk işçiliğini önlemek ve insan hakları gelişimine katkı sağlamak işletmenin topluma karşı sosyal sorumlulukları olarak sıralanabilmektedir (Sanduk, 2015, s. 22).

Küresel olarak faaliyet gösteren işletmelerin yalnızca içinde yaşadığı topluma karşı değil faaliyet gösterdiği her ülkenin toplumlarına karşı sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu bakımdan işletmeler tüm faaliyetlerinde toplumun yararını düşünmeli ve faaliyetlerini gerçekleştirirken topluma zarar verecek eylemlerden kaçınması gerekmektedir (Bayraktaroğlu vd., 2009, s. 16).

İşletmeler sosyal sorumluluk faaliyetlerini yürütme aşamasında toplumun ihtiyaç ve gereksinimlerini iyi bir şekilde analiz etmeleri gerekmektedir ve toplum farklılıklarını

dikkate alarak faaliyetlerinin sürdürülmesi işletme için önem arz etmektedir. İşletmelerin topluma yönelik çözüm araması gereken problemleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Eren, 2013, s. 114):

- Yoksulluk sınırının altındaki yaşam ve yetersiz beslenme ile mücadele etmek,
- Kontrolsüz ve aşırı nüfus artışının düzenlenmesine yönelik çalışmalar yapmak,
- Eğitime destek faaliyetlerinde bulunmak,
- Kadınlar ve çocuklar başta olmak üzere, şiddetin önlenmesine yönelik çalışmalarda bulunmak,
- Bakıma muhtaç bireylere yönelik bakım ve rehabilitasyon hizmetleri sağlamak,
- Madde bağımlılığının önlenmesinde destek sağlamak,
- Çevrenin korunmasına yönelik destek faaliyetlerinde bulunmak,
- Engelliler ve engellilere yönelik istihdam sağlamaktır.

Doğaya ve Çevreye Karşı Sorumluluk

İşletmeler, sosyal sorumluluklarının bir zorunluluğu olarak çevreyi kirletmemeye, doğal çevreyi daha ekonomik kullanmaya ve sebep oldukları çevresel zararların maliyetlerine katlanarak önlemeye yönelik birtakım çözümler geliştirmeye çalışmaktadır. İşletmelerin çevreye karşı sorumluluklarını şu şekilde sıralamak mümkündür (Bayraktaroğlu vd., 2009, s. 18):

- Doğal kaynakları bilinçli ve verimli bir şekilde kullanmak,
- Yenilenebilir olmayan kaynakları tasarruflu kullanmak,
- Üretim süreçlerinde mümkün olduğu kadar yenilenebilir ve temiz enerji kaynaklarını kullanmak,
- Üretimde çevre dostu üretim süreçlerini etkin bir şekilde uygulamak,
- Geri dönüşümlü malzemeler kullanmak,
- Çevreci gruplarla iş birliği içerisinde olmak,
- Sivil toplum kuruluşları ile ortak projelere imza atmak,

- Faaliyetleri neticesinde ortaya çıkan atıkların çevreye zararını azaltmak veya yeniden kullanımını sağlayacak arıtma tesisleri inşa etmek,
- Çevreyi denetlemeye yönelik standartları desteklemektir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Artış Nedenleri

İşletmeler, paydaş grupları için kurumsal sosyal sorumluluk politikalarının formüle edilmesine, değerlendirilmesine ve iletilmesine yardımcı olacak departmanlar kurmuştur. Bununla ilgili bir gelişme, sosyal olarak yatırım fonlarındaki artış ve bazı büyük yatırımcıların kurumsal sosyal sorumluluk raporlama risk değerlendirme standardının bir parçası haline gelmesidir (Moon, 2007, s. 299). Tüketicilerin ve hissedarların daha bilinçli hale gelmesi, artan çevre bilinci, küreselleşme, devletin her konuya müdahale edememesi gibi faktörler nedeniyle toplumun şirketlerden beklentileri artmıştır. Bu durum işletmelerin değişmesine ve gelişmesine olanak sağlamıştır. Kurumsal sosyal sorumluluğu artıran faktörler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Robbins, 1994, s. 122):

- **Toplumun Beklentileri:** 1960'lerden bu yana, toplum için iş beklentileri sadece ekonomik yönde değil, aynı zamanda sosyal yönde de artmaktadır.
- **Hissedarların Çıkarları:** Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin şirketin imajını, itibarını ve aynı zamanda pazardaki değerini artırdığını söylemek mümkündür. Kurumsal değerdeki artış, hissedar getirilerinin de artmasına neden olmaktadır.
- **Uzun Dönemli Kârlar:** Kurumsal sosyal sorumluluğa duyarlı şirketler, iç ve dış menfaatlerde oluşturdukları olumlu imajı ve prestijleri sayesinde uzun vadede kâr elde edebilmektedir.
- **Etik Zorunluluk:** Etik davranış, şirketler ve yöneticileri için çok önemlidir. Yöneticilerin etik bir davranışa sahip olması gerekmektedir.
- **Olumlu Bir İmaj:** Olumlu bir imaj, KSS faaliyetleri yürüten şirketlerin müşteri sayısını artırabileceğini, daha kaliteli çalışanlara sahip olabileceğini ve toplumda olumlu olan daha iyi kredi fırsatlarından yararlanabileceğini göstermektedir.

- **Daha İyi Bir Çevre:** Bir işletme, çevreye ve doğaya karşı sosyal sorumluluğunu yerine getirdiği takdirde sağlıklı ve temiz bir çevre ile toplumun yaşam kalitesini yükseltebilmektedir.
- **Devlet Müdahalesini Azaltma:** Sosyal sorumluluklarının bilincinde olan şirketler, organize faaliyetlere gönüllü olarak katılmaktadır ve bu durum belirli bölgelerde devlet tarafından daha az yasa ve yönetmelik uygulanmasına neden olabilmektedir.
- **Sorumluluk ve Güç Dengesi:** İşletmelerin güçlerinden dolayı aldıkları sorumlulukları yerine getirmesi, ortaya çıkabilecek dengesizliklerin sebep olacağı olumsuz davranışların en aza indirilmesini sağlamaktadır.
- **Korunma:** Toplumsal sorunların derinleşmeden ve daha ciddi hale gelmeden çözüme fikri, şirketlerin bu konuda bir şeyler yapmasını sağlayacaktır. Çünkü büyük sosyal sorunlar işletmeyi de etkileyebilmektedir.

Robbins'in kurumsal sosyal sorumluluğunun artış nedenlerine aşağıdaki madde de eklenmektedir (Arslan, 2019, s. 18).

- **Küreselleşme:** Küreselleşme genellikle az gelişmiş bir işgücü piyasasında, sosyal standartların ve doğal kaynakların işletilmesi için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. İşletmeler sosyal sorumluluğunu, çeşitli ülkelerdeki faaliyetlerini ve tüm küresel tedarik zincirini daha iyi ifade etmelerini ve yansıtılmalarını sağlamak için şirket kodları oluşturmaktadır (Moon, 2007, s. 301).

Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlgili Standartlar ve İlkeler

Küreselleşmenin etkisiyle uluslararası işletmeleri faaliyetlerinden sorumlu tutabilmek için birçok uluslararası aktörler bu konuyla ilgilenmeye başlamıştır. Bu işletmelerin, sosyal sorumluluk faaliyetleri gibi konularda meydana gelen olası sorunların çözüme kavuşmasında, devletler tek başına üstesinden gelememekte ve uluslararası düzenlemeler yapıp karar verebilecek bir mekanizması bulunmamaktadır. Bu durum, farklı alanlardaki kuruluşların iş dünyasına belirli kurallar getirip bu kurallar ekseninde hareket etmesini sağlamıştır. Bu durum kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili gelişmelere anlam kazandırmıştır (Aguilera vd., 2007, s. 840-841).

Küresel İş Birliği Anlaşması

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini dünya çapında geliştirmek ve destek sağlamak için hükümetler örgütler aracılığıyla girişimlerde bulunmuşlardır. Bunlardan birisi de Küresel İş Birliği Anlaşması' dır (Global Compact). Küresel İş Birliği Anlaşması, Birleşmiş Milletler Örgütü'nün önderliğinde başlatılmış olup dünyanın en büyük gönüllü sivil vatandaşlık girişimi olan bu anlaşma 26 Temmuz 2000 yılında yürürlüğe girmiştir (Yamak, 2007). Hükümetlerin, firmaların, sivil toplum kuruluşlarının ve diğer paydaşların da içinde bulunduğu gönüllülük esasına dayanan bu uluslararası girişimde 2021 yılında 160 ülke, 13.043 işletme ve 79.597 genel rapor bulunmaktadır (Unglobalcompact, 2021).

İnsan Hakları:

- İşletmeler faaliyet gösterdikleri alanlarda evrensel insan haklarının korunmasına destek vermeli ve saygı göstermelidir.
- Bu kuruluşun insan hakları ihlaline karışmamalarını sağlamalıdır.

Çalışma Standartları:

- İşletmeler, örgütlenme özgürlüğüne arka çıkmalı ve toplu sözleşme haklarını etkin bir şekilde kullanmalıdır.
- Mobbing etkisi altında işçi çalıştırmanın engellenmesi gereklidir.
- Çocuk işçilerin çalıştırılmasının yasaklanması gereklidir.
- İşe alma ve çalışma sürelerindeki fırsat eşitsizliği engellenmelidir.

Çevre:

- Çevreyi ilgilendiren konularda yaşanabilmesi muhtemel zararlardan önce önleyici bir tutumla hareket edilmelidir.
- Çevrenin menfaatine yönelik sorumluluk bilincinin yaygınlaşmasıyla ilgili girişimlerde bulunulmalıdır.

- Çevreye duyarlı teknolojilerin yaygın bir şekilde kullanılması ve geliştirilmesi için yeni girişimlerde bulunulmalıdır.

Yolsuzluk Karşılığı:

- Yolsuzluğun her türüsüne karşı çıkmamıştır.

Bağlayıcı bir nitelik taşımayan Küresel İş Birliği Anlaşması, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili söz konusu bu kuralları esas almasından dolayı uygulama kolaylığı sağlamıştır. Buna ek olarak, Küresel İş Birliği Anlaşması belirgin bir performans ölçütü olarak kullanılmamakta ve bir denetleme mekanizması önermemektedir. Katılımcı işletmelerden yılda bir kez konuyla ilgili faaliyetlerini baz alarak ilerleme raporu sunmaları beklenmektedir. İşletmelerin raporlarının denetimini yapan bir sistem de öngörülmemiştir. Faaliyet raporlarını iki yıl art arda sunmayan işletmeler bu raporları tekrar sunana dek katılımcı işletme listesinden çıkarılmaktadır ve bu süre zarfında oluşumun faaliyetlerinde bulunma hakkını kaybetmektedir (Yamak, 2007, s. 139).

SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı

İş hayatına yönelik geliştirilmiş standartlardan birisi olan ve insana değer veren SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı, toplu pazarlık hakkı, işçi hakları, çalışma saatleri ve ücretlendirme, zorla çalıştırma, çalışanların iş sağlığı ve güvenliği, disiplin uygulamaları gibi konuları kapsamaktadır (Dinçer & Ünsar, 2014, s. 2).

SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardını uygulayan işletmeler, çalışanlara sağlıklı ve güvenli bir iş ortamı oluşturmasından dolayı bu çalışanların motivasyon düzeylerini yükselterek işletmeye olan bağlılığını artırmaktadır. Çalışanların motivasyon düzeylerinin artması onların verimliliğini de olumlu etkilemektedir. Bu kapsamda işletmeler olduğundan daha fazla kâr elde edebilmekte ve işletmelerin güvenilirliği ve verimliliği artmaktadır böylece bu standardı uygulayan işletmeler diğer işletmelere oranla daha çok tercih edilmektedir. İşletmeler tarafından SA 8000 standardının kullanılması büyük önem taşımaktadır (Öztuna, 2017, s. 2375-2376).

ISO 26000 Sosyal Sorumluluk Rehberi Standardı

Bir şirketin temel amacı kâr etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamak olsa da bu hedeflere ulaşmak için şirketin yasal kurallara uyması ve yönetim planlarını bu kurallara entegre etmesi gerekmektedir. Ancak şirketler sadece yasal kurallara uyararak ne kâr elde edebilir ne de sürdürülebilirliklerini sağlayabilmektedir. Tüketiciler, işletmelerden çevre ve toplum karşısında daha duyarlı ve sorunlar karşısında çözüm odaklı davranmalarını beklemektedir. Sosyal sorumluluk anlayışı toplum tarafından giderek daha fazla değerlendirilince, sosyal sorumluluk standartları gerekli görülmeye başlamıştır ve böylece ISO 26000 standardı oluşturulmuştur. Bu standart, 2010 öncesinde SA 8000 standardı olarak tanımlanmış ve 2010 sonrasında ISO 26000 standardı olarak geliştirilmiş ve uygulanmıştır (Dinçer vd., 2019, s. 238).

ISO 26000 standardı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kamu ve özel sektördeki tüm kuruluşlara sosyal sorumluluk konusunda gönüllü rehberlik sağlamak için ISO (International Organization for Standardization) tarafından geliştirilmiştir (Küçük, 2009, s. 32). ISO 26000 standardının temel amacı sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak olup standardın misyonu ise işletmelerin, kurum ve kuruluşların toplum sağlığını, refah seviyesini yükseltmeyi hedeflemek etik ve şeffaf bir şekilde faaliyetler uygulayarak topluma fayda sağlamaktır (Hoştut, 2015, s. 123).

FTSE4 GOOD Endeksi

FTSE4 GOOD Londra Borsası ve Financial Times iş birliği ile 1995 yılında kurulmuş bir organizasyondur. FTSE4 GOOD endeksi aynı zamanda FTSE GOOD tarafından planlanmış sosyal sorumluluk yatırım dizini olup dünyanın en iyi endeks sağlayıcılarından biridir (Argüden, 2007, s. 39). FTSE4 GOOD Endeksi'nin temel koşulları insan haklarını desteklemek, sürdürülebilir çevre konularında araştırma yapmak ve paydaşlarla iyi ve açık bir ilişki sürdürmektir (Yılmaz, 2009, s. 45).

FTSE4 GOOD endeksinin amacı sosyal sorumluluk yapan işletmelerin performans seviyelerini belirlemek ve yatırımlarını kolaylaştırılmasını sağlamaktır. Bu endekse bağlı işletmelerin sosyal sorumluluğa yönelik fonlarda bir artış gözlenmektedir ve FTSE GOOD, şeffaf ortak standartlar çerçevesinde artan yatırımcı ilgisini karşılamak için eylemlerde bulunmaktadır. FTSE4 GOOD, işletmelerin KSS faaliyetlerini yürütme

çabalarını da göz önünde bulundurmaktadır. Endekste yer almak isteyen işletmeler endekste yer alan işletmelerin kıstaslarına göre hareket etmeleri gerekmektedir (Korkmaz, 2006, s. 117).

CAUX Prensipleri

CAUX ilkesi, 1986 yılında bir grup uluslararası liderin ve uluslararası işletmelerin üst düzey yöneticilerinin bir araya gelmesiyle sosyal istikrar, dünya barışı ve dayanışması gibi toplumsal amaca hizmet etmek için “CAUX Yuvarlak Masa” toplantısında oluşturulmuş bir uluslararası etik koddur (Aktan & Vural, 2007, s. 13).

CAUX Yuvarlak Masa prensiplerinin amacı, bireysel işletmelerin kendi kodlarını oluşturabilmeleri için kullanabilecekleri bir ölçüt belirlemektir. Bu ölçüt iş davranışının ölçülebileceği bir dünya standardı oluşturmaktadır. Bu ilkeler, Kyosei terimi ve insanlık onuru olmak üzere iki temel etik idealden türetilmiştir. Japonya kökenli olan Kyosei kavramı, sağlıklı ve adil rekabetin yanı sıra karşılıklı aktif iş birliği ve ortak refah elde etmek için birlikte yaşamak ve birlikte çalışmak anlamına gelmektedir. Bir başka ahlaki ideal, “insanlık onuru” ise yalnızca çoğu insanın başkalarının hedeflerine ulaşmak için kullandığı araç değil, herkesin kutsallığı veya değeri anlamına gelmektedir (Caux Round Table Principles for Business, 2020).

CERES İlkeleri

CERES (Çevreye Duyarlı Ekonomiler Birliği), 7 Eylül 1989 yılında ekonomide liderlik oluşturmak ve ekonomide yaşanan problemleri çözüme kavuşturmak için kurulmuştur. CERES İlkeleri yatırımcılar ve şirketlerle birlikte çalışan, kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur (CERES, 2020).

CERES İlkeleri iklim krizi, su kıtlığı ve kirliliği ve adaletsiz işyerleri dâhil dünyanın en büyük sürdürülebilirlik sorunlarıyla mücadele etmektedir ve en büyük amacı yeryüzünün biyolojik sistemini ve kaynaklarını korumaktır (CERES, 2020).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin İşletmeler Açısından Avantajları ve Dezavantajları

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmelere sağladığı avantajlar rekabet üstünlüğü sağlama, işletmelerin sadık müşteri kazanımı ve itibar kazanma konuları ile öne çıktığı görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmelere sağladığı avantajlar aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Aktan & Börü, 2007, s. 19):

- İyi bir sosyal çevre, topluma ve işletmeye fayda sağlamaktadır. Bu durum istihdamı artırmakta, toplum için iyi iş fırsatlarının yaratmakta ve işletmeler için üretilen ürüne olan talebi artırmaktadır.
- İşletmelerin yeni pazarlara girmesini kolaylaştırmaktadır.
- Sadece tüketiciler için değil, nitelikli personeller tarafından da tercih edilmesine, mevcut çalışan personellerin motivasyonlarının artması sebep olmaktadır ve motivasyonu artmış çalışanın verimliliği de artacağından kaliteli ürün ortaya çıkmaktadır.
- Sosyal ve kültürel faaliyetlere kurumsal katılımın artırılması ve eğitim faaliyetlerinin desteklenmesi, ülke ile toplum arasındaki ilişkinin olumlu yönde gelişmesini sağlamaktadır.
- Kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getiren şirketler imajlarını yeniden oluşturarak topluma, tüketicilere, çalışanlara ve yatırımcılara prestij sağlayacaktır. Böylelikle şirketin markası ve piyasa değeri artmakta ve itibar kazanmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmeler açısından dezavantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Çelik, 2007, s. 53):

- Sosyal sorumluluk faaliyetleri düzenlemek ve faaliyetlere katılmak şirketlerin kaynaklarını kullanmalarını gerektirmektedir. Bu durum ise hissedarların maddi kazançlarında kısmi bir düşüşe sebep olmaktadır.
- Bir işletmenin asıl amacı kâr elde etmektir. Ancak şirketler asıl amaçlarından ziyade sosyal sorumluluklarına yönelirlerse ekonomik verimlilikleri azalacak, misyon ve vizyonlarından sapmalarına ve yavaş yavaş piyasadan kaybolmalarına neden olacaktır.

- İşletmelerin sosyal sorumluluk uygulamaları nedeniyle ekonomik verimliliklerinde azalma yaşanmaktadır ve piyasadan silinmek üzere olan işletmeler yatırımcı kaybedecek ve rekabete yenik düşmektedir.
- Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kurumsal kaynaklardan sağlandığı için bu durum ürün ve hizmet fiyatlarına da yansımaktadır. Sonuç olarak toplum, işletmeler tarafından satılan ürün ve hizmetler için daha fazla ödeme yapmaktadır.
- Bir işletmenin sosyal sorumluluk faaliyetleri yalnızca reklam ve iyi bir imaj için yapılmışsa toplum açısından o işletmenin itibarının yok olmasına sebep olmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletme açısından dezavantajlarının olduğunu savunanlar genellikle Friedman'ın ileri sürdüğü görüşü olan işletmenin tek sorumluluğunun kâr maksimizasyonu olduğu anlayışını benimseyen ekoldür. Buna ek olarak, Hemingway ve MacLagan gibi araştırmacılar da, işletmelerin yasal olmayan işlerinin gizli tutulmasında kurumsal sosyal sorumluluğu yardımcı bir araç olarak gördüklerini ifade etmektedirler. Caulkin de işletmelerin yalnızca iyi bir imaj yansıtmak amacıyla kurumsal sosyal sorumluluğu benimsediklerini ileri sürmektedir (Tamer, 2019, s. 1123). Sonuç olarak işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluğun avantaj ve dezavantajlarını kıyaslayarak faaliyetlerini gerçekleştirmelidirler. Ancak yapılan araştırmalar sonucunda, işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluğun avantajlarının olası dezavantajlarından daha fazla olduğunu ortaya çıkarmaktadır (Pusak, 2014, s. 40).

Finansal Performans Kavramı

Bir şirketin finansal performansı nasıl ölçülmeli veya şirketin nihai hedefi nedir gibi sorular uzun yıllardır tartışılan ve henüz fikir birliğine varılamayan en önemli konular arasında yer almaktadır. Ancak bu soru genellikle kâr maksimizasyonu olarak yanıtlanmaktadır. Fakat finansal ekonomi işletmenin kârları maksimize etme düşüncesinden çok öteye geçmektedir. Bu anlamda klasik ekonomi, finansal ekonominin gelişimini tam olarak yansıtmaktan uzaktır. Klasik yöntemlere göre finansal performans; finansal oranlar, muhasebe kayıtları ve ölçüm yöntemleri kullanılarak bulunmaktadır. Bu ölçümler; satış geliri, kârlılık, finansal değer ve pazar payı ile ilgili uygulamalar aracılığıyla elde edilir. Uzun yıllar boyunca, muhasebe temelli ölçümler, finansal performansı ölçmenin temel yolu olmuştur (Ertuğrul, 2009, s. 20).

Performans, şirketin hedeflerine ve amaçlarına ne kadar iyi ulaştığını göstermektedir. Bir şirket faaliyet gösteriyorsa bu onun verimliliğini de göstermektedir. Verimlilik yüksekse, yeniliğe adapte edilerek yapılan işin kalitesi iyileştirilebilir ve böylece şirketi kârlı hale getirilebilir. Bu nedenle, verimlilik ve kârlılık kavramları performans değerlendirmesinde çok önemli kavramlardır. Bu sebeple, performans göstergeleri belirlenirken verimlilik, etkinlik ve kârlılık endeksleri kullanılmaktadır (Al-Khatib, 2010, s. 45).

Finansal performans göstergeleri, bir şirketin finansal tablolarındaki kalemler ile bunların zaman içindeki değişimleri arasındaki bağlantıları değerlendirmek için kullanılan göstergelerdir. Finansal performans analizinin temel amacı, şirketin hedeflerine ne ölçüde ulaştığını belirlemek, iş başarısı alanını genişletmek ve başarısız olduğu alanını güçlendirmektir (Karapınar & Zaif, 2018, s. 62). Finansal tabloları analiz etmeden önce finansal tabloların içeriğini, finansal tablolarda yer alan kalemleri ve bu tabloların genel özellikleri belirtilmelidir. Bu kapsamda finansal tablolar aşağıda açıklanmıştır.

Finansal tablolar, işletmenin mali durumu ve mali performansının yapılandırılmış bir sunumudur. Finansal tabloların amacı, işletme hakkında ekonomik kararlar vermek isteyen geniş bir kullanıcı yelpazesine yardımcı olmak için, işletmenin mali durumu, finansal performansı ve nakit akışı hakkında bilgi sağlamaktır. Bu bağlamda, finansal tablolar yöneticilerin kaynakları nasıl etkin bir şekilde kullandığını da göstermektedir (Gürbüz vd., 2011, s. 101).

“Uluslararası Finansal Raporlama Standartları” (Uluslararası Muhasebe Standartları) şirketin muhasebe uygulamalarını uyumlu hale getirmek ve küresel sermaye piyasalarına uyum sağlamak adına gereken yüksek kalite standartlarını karşılamak için geliştirilmiştir. Uluslararası Finansal Raporlama Standartları bir dizi muhasebe standardı içermektedir (Van Tendeloo & Vanstraelen, 2005, s. 155).

Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK) tarafından 2005 yılında Resmî Gazete’de yayımlanan Türkiye Muhasebe Standartları ve Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TMS/TFRS), ülkemizde Uluslararası Muhasebe Standartları ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UMS/UFRS) ile aynı işlevi görmektedir. Türkiye Muhasebe Standartlarına ve Türkiye Finansal Raporlama Standartlarına uyum sağlayan

işletmeler, geçmişe göre kullanıcılarına daha yararlı finansal bilgiler sunmaktadır. Finansal bilgi özünde, tam bir finansal tablolar setini içermektedir (Arslan, 2019, s. 45).

Finansal tablolar işletmeyle ilgili varlıklar, borçlar, öz kaynaklar, gelir ve giderler, kârlar ve zararlar dâhil, ortakların ortak olmaları sebebiyle yaptıkları katkılar ve ortaklara yapılan dağıtımlar, nakit akışları, dipnotlar hakkında bilgiler sunmaktadır. Tam bir finansal tablolar seti, dönem sonu finansal durum tablosu (bilanço), döneme ait kapsamlı gelir tablosu, döneme ait öz kaynak değişim tablosu, döneme ait nakit akış tablosu, dipnotlar ve diğer açıklayıcı notlar, bir işletme muhasebe politikalarını geriye dönük olarak uyguladığında, finansal tablolarındaki kalemleri geriye dönük olarak yeniden düzenlediğinde veya finansal tablolardaki kalemleri yeniden sınıflandırdığında, karşılaştırılabilir en eski finansal durum tablosu bilgilerini içermektedir (TMS-1, 2020).

Finansal Durum Tablosu (Bilanço)

Bir tarihten itibaren işletme varlıklarını ve bu varlıkların finansmanında kullanılan kaynakları gösteren statik finansal tabloya “bilanço” denir. İşletmenin kapasitesi, finansal yapısı, riziko ve likiditesiyle ilgili verileri kapsayan varlık, kaynak ve öz kaynak aracılığıyla işletmenin varlığını ve borçlarını, yani belirli bir tarihteki esas finansal durumunu yansıtan finansal bir tablodur (Tilea vd., 2013, s. 151).

Bilanço, Türkiye Muhasebe Standartları ve Türkiye Finansal Raporlama Standartları aracılığıyla uluslararası uygulamalarda olabilecek değişimlere uyum sağlaması için finansal durum tablosu olarak adlandırılmıştır. Finansal tablodaki varlıklar kısmı, yıl içerisinde satılacağı ya da kullanılacağı düşünülen dönen varlıklardan ve yine yıl içerisinde nakde çevrilmesi öngörülmeleyen duran varlıklardan oluşmaktadır. Kaynaklar kısmı ise bir yıl içerisinde ödenmesi gereken kısa vadeli yabancı kaynaklar, vadesi bir yılı aşkın olan uzun vadeli yabancı kaynaklar ve işletme sahipleri ya da ortaklarının işletmelerine sermaye verdikleri değerler olan öz kaynaklardan oluşmaktadır (Karapınar & Zaif, 2018, s.137).

Kamu Gözetim Kurumunun yayımladığı 1 nolu muhasebe standardı (TMS1) finansal tabloların sunulmuş durumuna ilişkin esaslar getirmiştir. TMS’de bilançonun adının finansal durum tablosu olarak değişiminden sonra başka bir önemli bir konu ise bu tablonun kapsadığı raporlama dönem sayısındaki artıştır. Standart durum tablosunda en

az iki dönem yer alması istenmektedir. TMS 1'e göre işletme, finansal tablolarda gösterdiği kalemlerin alt kırılımlarını, işletmenin etkinlikleriyle birlikte uygun olarak finansal durum tablosunda veya dipnotlarında belirtme zorunluluğu vardır. Tam olarak finansal tablolar setinde bulunan diğer bir tablo ise, döneme ait kâr ya da zarar ve diğer kapsamlı gelir tablosudur (TMS-1, 2020).

Nakit Akış Tablosu

Bu tablo, işletmenin belirli bir faaliyet sürecinde, temel faaliyetlerinin yanında yatırım ve finansman faaliyetlerinde ortaya çıkan ve nakit veya benzeri varlıkların ayrıştırarak, nasıl kullanılacağına ilişkin önemli bilgileri barındıran finansal bir tablodur. Finansal durum tablosu ve kapsamlı gelir tablolarında net olarak belirtilmeyen işletmenin nakit ve nakit benzeri varlıklarındaki artış ve azalışları bu tabloda gösterilmektedir. Bu nedenle nakit akış tablosu, dış finansmana duyulan ihtiyaç, nakit oluşturma potansiyeli ve borç ödeme gücü hakkında bilgi sunmaktadır. Nakit akış tablosunun tanımında bahsedilen nakde benzer varlıkları, uluslararası standartlar vadelerine maksimum üç ay veya daha az kalan varlıklar olarak belirtse de, tekdüzen muhasebe sistemi bu grubu bilanço da yer alan hazır değerler hesap grubu olarak belirtilmektedir (Arslan, 2019, s. 48).

TMS 7 uyarınca nakit akış tablosunun finansal durum tablosu, kapsamlı gelir tablosu ve öz kaynak değişim tablosuyla beraber sunulması zorunludur. Bu standarda göre, işletme faaliyetlerinden kazanılan nakit akışlar iki yöntemle raporlanabilir:

- I.** İşletme faaliyetlerinde oluşan nakit girişleri ve nakit çıkışlarını gösteren (dolaysız) yöntemdir.
- II.** Hesaplamanın dönem kârı veya zararından başlandığı bu tutara, nakit akışına etkisini göstermeyen amortisman ve itfa payları, karşılık giderleri, duran varlık satış kârları veya zararları, alakalı döneme ait peşin ödenmiş giderler tutarıyla peşin tahsil edilmiş gelirlerin döneme ait payı eklenmesi veya çıkarılması ile düzenlenen net (dolaylı) yöntemdir (Kısakürek & Ayarlıoğlu, 2007, s. 196).

İşletmeler, etkinliklerine göre nakit akışlarının raporlanmasında, ileride olacak nakit akışlarının öngörülmesi amacıyla yararlı bilgiler verdiğinden dolayı brüt yöntemini tercih etmektedirler (Arslan, 2019, s. 49).

Öz kaynak Değişim Tablosu

Genel amaçlı finansal tablolardan biri olan öz kaynak değişim tablosu, sermaye işletmeleri önde gelmek üzere belirli bir dönem kapsamında ödenmiş sermaye, sermaye yedekleri, geçmiş dönem kârı (zararı) ve dönem net kârı (zararı) olan öz kaynak kalemlerindeki artış ya da azalış yönündeki değişiklikleri bir bütün olarak gösteren bir finansal tablodur (Karapınar & Zaif, 2018, s. 223).

Öz kaynak değişim tablosu, bu kalemlerin ayrı ayrı her birini dönem başı mevcutlarını, dönem içerisindeki artışlarını ve azalışlarını ayrı ayrı göstererek düzenlenir. Bu öz kaynak değişim tablosu geçmiş dönem ve cari dönem bilgilerini içerdiğinden dolayı dinamik bir yapıya sahiptir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 31).

İşletme yöneticileri tarafından yapılan yatırımlar ve sermaye artırımları, öz kaynak değişim tablosu vasıtasıyla finansal bilgi kullanıcılarına aktarılır. Bu tabloda sermaye yedekleri, fon ve kâr kalemlerindeki değişiklikleri, dağıtılmasına karar verilen kâr payı ve hisse başına kâr tutarını da bulmak mümkündür (Arslan, 2019, s. 48).

Döneme Ait Kâr veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu

İşletmelerin belli bir dönemdeki performansını rapora döken finansal tabloya, diğer kapsamlı gelir tablosu denir. Döneme ait kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir tablosu, belli bir dönem içerisinde işletmenin esas faaliyet gösterdiği alanlar kapsamında sağladığı ve diğer işletmelerden doğan gelirler ile giderler olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik bir yarar elde etmek amacıyla oluşan maliyetler sonucu, finansal performansını, dönem net kâr veya zarar durumunu gösteren ve işletme bakımından önemli kararlar alınmasına yardımcı olan bir finansal tablodur (Karapınar & Zaif, 2018, s. 137).

TSM-1’de yer alan düzenlemeye göre, kapsamlı gelir tablosunda döneme ait kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir olmak üzere iki bölüm olarak yer almaktadır. Bu düzenlemeler yapılmadan önce döneme ait kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir tablosunda bulunan bilgilere ayrı iki tablo olan gelir tablosu ve öz kaynak değişim tablosundan ulaşılabiliyorken düzenleme sonrası tablo kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir tablosu olarak değiştirilmiştir (TMS-1, 2020).

Rasyo (Oran) Analizi

Oran analizi ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde doğmuş ve gelişmiştir. Bu yöntem 20. yüzyılın başlarında kredi analizinde kullanılmaya başlanmıştır. Sistem olarak rasyo yönteminden faydalanılmaya I. Dünya Savaşı'ndan sonra başlanmıştır. Oran analizi temel olarak likidite oranları, mali yapı (finansal yapı) ile ilgili oranlar, faaliyet oranları ve kârlılık oranları olmak üzere dört şekilde sınıflandırılabilir (Hiçşmaz, 1977, s. 59).

Bilançoların aktif ve pasif kalemleri arasındaki ilişkileri en iyi açıklayabilen yöntem, oranlar yöntemidir. Özellikle birbirini izleyen yıllara ait oranların karşılaştırılması işletmenin mali yapısı ve bilanço kalemlerinin eğilimi ile ilgili finansal analiz yapanlara yol göstermektedir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 133).

Oran, finansal tablolarda bulunan iki kalem arasındaki ilişkinin matematiksel ifadesidir. Diğer bir ifadeyle oran, bir sayının bir başka bir sayıya bölünmesidir. Burada önemli olan finansal tablolarda bulunan rakamların hangilerinin bölen ve hangilerinin de bölünen olduğunu tespit etmektir. Bölen ve bölünen rakam amaca göre değişkenlik göstermektedir (Okka, 2006, s. 84).

Finansal tablolarda yer alan çeşitli kalemler arasında çok sayıda oran hesaplanabilmektedir. Ancak, önemli olan sınırlı sayıda fakat işletmenin borç ödeme yeteneği, finansal yapısı, kârlılığı ve iktisadi değerlerini etkin bir biçimde kullanıp kullanmadığını açıklık getirebilecek oranların hesaplanmasıdır.

Finansal tablolar analizinde kullanılan en yaygın yöntemlerden biri olan oran analizinin başlıca özelliklerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 133):

- Oran yöntemi ile analiz tekniğinde, finansal tablolar arasındaki anlamlı ilişkiler birbirinin yüzdesi veya birkaç katı olarak belirlenmektedir.
- Oran yöntemi analizi, hesap veya hesap grupları arasında matematiksel ilişkiler kurulmak şartıyla, işletmenin ekonomik ve mali yapısı ile kârlılık çalışma durumu hakkında bir sonuca ulaşılmaya çalışmaktadır.

- Oranların hesaplanması tek başına bir amaç olmamakla birlikte hesaplanan bu matematiksel ifadelerin işletmenin amaçları ile bütünleştirilerek değerlendirilmesi ve yorumlanmasıdır.
- Hesaplanan bu oranların işletmenin amacına yönelik yorumlanmasında, işletmenin önceki yıllarda hesaplanan oranlarla genel kabul görmüş ölçülerle ya da işletmenin bulunduğu endüstri kolu için geliştirilen oranlarla karşılaştırılması ve buna göre yorumlanması önem arz etmektedir.

Likidite Oranları

Likidite, genel anlamda varlıkların paraya dönüşme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. İşletmede para bulunması da işletmenin vadesi dolacak borçlarının ödenme olasılığını artırmaktadır. Bu sebeple likit pozisyon firmanın, kısa vadeli borçlarını ne derecede karşılayabileceği ile ilgilidir. İşletmenin likidite durumunun diğer bir ifadeyle, cari durumunu analizinde likidite oranları kullanılır. Likidite, teknik likidite ve gerçek likidite olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Teknik likidite, işletmenin vadesi gelen borçlarını ödeyebilme gücünü gösterirken gerçek likidite ise işletmenin tasfiyesi halinde borçlarını ödeyebilme gücünü göstermektedir. Kısa vadeli analizlerde ağırlıklı olarak teknik likidite kullanılır. Fakat işletmenin tasfiyesi halinde borçlarının ödenip ödenemeyeceği de araştırma konusu olmaktadır (Ceylan & Korkmaz, 2008, s. 48).

Likidite oranları, işletmenin parasal durumunu göstererek, vadesi gelen borçların, ödenme olanaklarını saptamaya yardım etmektedir. Diğer bir deyişle bu oranlar işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme yeteneğinin ölçülmesinde ve işletme sermayesinin yeterlilik durumunun belirlenmesinde kullanılır. Ödeme gücünün belirlenmesinde, işletmenin dönen varlıkları ile kısa vadeli borçlar arasındaki ilişkileri analiz eder. İşletme ilgilileri, bilhassa işletmeden alacakları olanlar, yöneticiler, işletmelere kısa vadeli borç verecek olan finansal kuruluşlar, likidite oranları ile işletmenin kısa vadeli borçları vadesi geldiğinde dönen varlıkları ile ödeme durumunu sorgulamaktadır (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 133).

İşletmelerde likidite analizi temel finansal tablolardan bilançoya dayalı olarak likidite ölçümü aracılığıyla yapılmaktadır. Likidite ölçümünde genellikle cari oran, likidite oranı ve nakit oran ilk akla gelenlerdir (Şamiloğlu & Akgün, 2010, s. 249).

Cari Oran

Cari oran, finansal performans analizinde en yaygın kullanılan oranlardan biridir. Cari oran, şirketin toplam likidite durumunu ölçmek için kullanılır, net işletme sermayesinin yeterliliğini ve şirketin borcunu geri ödeme kapasitesini gösterir. Bir işletmenin likidite değerinin fazla olması borçlarını kısa vadede ödeme gücünün bir göstergesidir. Cari oran artarken dönen varlıklarda artmaktadır ve böylece aralarında doğru orantı bulunmaktadır (Yurdakul & İç, 2003, s. 3).

Cari oran, bir işletmenin kısa vadeli borcunu geri ödeme kabiliyetinin bir göstergesidir. Benzer işletmelerin cari oranlarının belirlenmesinde piyasa ortalamaları ile kıyaslama yapılmalıdır. Bazı işletmelerde 2'den daha düşük bir cari oran yeterli görülürken diğer işletmelerde 2'den daha büyük bir oran olması gerekmektedir (Gibson, 1992, s. 234).

Cari oran formülü aşağıdaki gibidir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 145);

$$\text{Cari Oran} = \frac{\text{Dönen Varlıklar}}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$$

Likidite (Asit Test) Oranı

Asit test oranı, hızlı bir şekilde paraya dönüştürülebilir varlıkların kısa vadeli borçları karşılama analiz etmektedir (Karapınar & Zaif, 2018, s. 253). Piyasada durgunluk yaşandığı ve talebin fazla olmadığı dönemlerde stokların nakde çevrilmesi kolay olmamaktadır. Asit test oranları hesaplamalarında nakit ödenmiş giderler, akreditifler, tahsil edilecek olan gelirler dönen varlıklar dışında değerlendirilmelidir (Çetiner, 2005, s. 144).

Cari orana göre daha iyi sonuçlar veren asit test oranı, borcun ödeme zamanı geldiğinde stokların nakde çevrilmesi uzun süreceğinden stoklara güvenmeden borcu kapatma gücünü gösterir. Bu oranın genel olarak 1, 0 ve 1'den büyük olması gerekmektedir (Peker & Baki, 2011, s. 11). Oranın 1'den küçük olması durumunda işletmenin stoklarına olan bağımlılığı artacaktır (Arslan, 2019, s. 58).

Asit test oranı formülü aşağıdaki gibidir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 146);

Dönen Varlıklar – Stoklar – Diğer Dönen Varlıklar

Asit Test Oranı = _____

Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar

Nakit Oran

Nakit oran, işletmelerin kısa vadeli borçlarını, ödeme kabiliyetini, anlık ödeyebileceği borç oranlarını ve işletmenin likidite yeterlilik düzeyi hakkında bilgi vermektedir. Nakit oran diğer likidite oranlarına yardımcı olmak amacıyla hesaplanmaktadır. Nakit oran, şirketin alacaklarını tahsil edemediği durumlarda borçlarını geri ödeme kabiliyetini gösterir. İşletmenin mevcut varlıkları kısa vadeli borca oranlayarak bulunmaktadır ve bu oranın 0,20'den büyük olması gerekmektedir (Okka, 2010, s. 46).

Nakit oran formülü aşağıdaki gibidir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 147);

Hazır Değerler + Menkul Kıymetler

Nakit Oran = _____

Kısa Vadeli Yabancı Yaklaşımlar

Finansal Yapı (Kaldıraç) Oranları

Finansal yapı oranları, kaldıraç oranları olarak da bilinmektedir. Bu oran işletmenin finansal yapısının ve uzun vadeli borç ödeme kapasitesinin göstergesi niteliği taşımaktadır. Bu kapsamda finanse edilen varlıkların kısa ve uzun vadeli yabancı kaynaklarla mı yoksa öz kaynakla mı olduğu tespit ettikten sonra öz kaynaklar ile yabancı kaynaklar arasında bir dengenin olup olmadığı ortaya çıkarmaktadır. Finansal yapı oranları işletmenin faaliyetlerini zararlarla kapatması, varlıklarının değer kaybetmesi ve beklenen nakit akışının sağlanamaması durumunda işletmenin yabancı kaynakları vaktinde ödeyip ödeyemeyeceği konusunda gerekli bilgiler vermektedir. Mevcut kaynaklar içerisinde öz kaynakların yabancı kaynaklardan fazla oranda olması kredi veren kuruluşlar açısından riski azaltır.

Finansal yapı oranları beş bölüme ayrılmaktadır. Bunlar (Çabuk & Lazol, 2012, s. 207-208):

- Kaldıraç Oranı
- Yabancı Kaynak Oranı
- Öz kaynak Oranı
- Öz Kaynaklar/Yabancı Kaynak Oranı
- Kısa Vadeli Yabancı Kaynakların Aktifi Karşılama Oranı

Kaldıraç Oranı

Toplam borçların aktif toplamına veya pasif toplamına bölünmesiyle hesaplanan orana finansal kaldıraç oranı denir ve bu oranın %50'den küçük olması beklenilmektedir. (Haftacı, 2011, s. 110). Bu oran şirketlerin faiz ve anapara ödemelerinde zorluk yaşama olasılığının düşük olduğunu gösterir. Türkiye'de finansal kaldıraç oranı öz kaynak eksikliğinden dolayı %50'nin üstüne çıkabilmektedir (Elmas, 2016, s. 209).

Kaldıraç oranı formülü aşağıdaki gibidir (Tüdeş, 2018, s. 19);

$$\text{Kaldıraç Oranı} = \frac{\text{Toplam Yabancı Kaynak}}{\text{Toplam Varlıklar (Aktifler)}}$$

Yabancı Kaynak Oranı

Yabancı kaynak oranı, bir şirketin borca ne ölçüde bağlı olduğunu ve varlıklarının ne ölçüde borçla finanse edildiğini gösterir. Finansal yapı oranlarından en çok kullanılan oranı olan yabancı kaynak oranı kısa vadeli borçlar, uzun vadeli borçlar ve toplam borçların tümünü kapsamaktadır. Şirketin borç oranı ne kadar yüksekse finansal riski de o derece artmaktadır (Brigham & Houston, 2012, s. 97).

Şirketlerin hissedarları bu oranın daha yüksek olmasını istesede, kredi veren kredi kuruluşları bunun daha düşük olmasını istemektedir. Yabancı kaynak oranının yüksek

olması, şirketin öz sermayesinin toplam borcundan daha yüksek olduğunu göstermektedir (Akdoğan & Tenker, 2010, s. 653). Kredi verenler işletmelerin herhangi bir likidite problemiyle karşı karşıya kaldıklarında riski en az seviyeye indirme düşüncesiyle bu oranın düşük olmasını istemektedirler (Brigham & Houston, 2012, s. 97).

Yabancı kaynak oranı formülü aşağıdaki gibidir (Arslan, 2019, s. 63);

$$\text{Yabancı Kaynak Oranı} = \frac{\text{Toplam Borçlar}}{\text{Toplam Aktifler}}$$

Öz kaynak Oranı

Öz kaynağın aktif veya pasif toplamına bölünmesi ile bulunan orana öz kaynak oranı denir. Bu oranın %50 olması normal olarak kabul edilmektedir (Haftacı, 2011, s. 110). Oranın yüksek olması halinde şirket uzun vadeli borçlarını ödeyebilme kabiliyetine sahiptir. Şirketlerin uzun vadeli kredilerden yararlanmadığı ve sermaye kârlılık oranlarını düşürdüğü tespit edilir. Bu oran düşük ise şirket uzun vadeli borçlarının taksit ödemesini ve faiz ödemesini gerçekleştirmede zorluklar yaşamaktadır (Çetiner, 2005, s. 147).

Öz kaynak oran formülü aşağıdaki gibidir (Arslan, 2019, s. 63);

$$\text{Öz Kaynak Oranı} = \frac{\text{Öz Kaynaklar}}{\text{Toplam Pasifler}}$$

Öz Kaynakların Yabancı Kaynaklara Oranı

Şirketleri finansman biçimde ele alan, finansal yeterliliğinin analiz edilmesine yardımcı olan bir orandır (Ergun, 2003, s. 228). Bu oranın 1'den küçük olması halinde şirketler için sıkıntılı bir durum söz konusudur (Haftacı, 2011, s. 110). Şirketin öz kaynaklarının yabancı kaynaklardan az olduğunu göstermektedir. Bu durum, alacaklılar

ve işletme arasındaki güvenceyi azaltmakta ve işletmeleri ağır bir faiz yükü altına sokmaktadır (Ergun, 2003, s. 228).

Kısa Vadeli Yabancı Kaynakların Aktifi Karşılama Oranı

Bu oran, bir şirketin kısa vadeli borcunu ve şirketin mali yapısındaki ağırlığını göstermektedir. Kısa vadeli yabancı kaynakların aktifi karşılama oranının yüksek olması şirket borcunun ödeme tarihinin yaklaştığını ve borcun ödenmeme riskinin yüksek olduğunu ve ödeme için bir mali politika oluşturması gerektiğini göstermektedir. Bu oranın düşük olması ödeme sıkıntısı yaşanmayacağı anlamına gelmektedir ve firma bu oranın düşük olmasını istemektedir (Tayyar vd., 2014, s. 26).

Kısa vadeli yabancı kaynakların aktifi karşılama oranı formülü ise aşağıdaki gibidir (Arslan, 2019, s. 64);

$$\text{KVYK'nın Aktifi Karşılama Oranı} = \frac{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}{\text{Toplam Aktifler}}$$

Faaliyet Oranları

Faaliyet oranları işletmenin varlıklarının ne kadar verimli kullanıldığını gösteren oranlardır. Bu oranlar aynı zamanda devir hızı oranları olarak da bilinmektedir. Bu oranlardan bazıları aşağıda kısaca bahsedilmiştir (Arslan, 2019, s. 59).

Alacak Devir Hızı

İşletmelerin alacaklarını tahsil etme gücünü ölçen ve işletmenin bir faaliyet dönemi boyunca alacaklarını satışlarıyla kaç defa devrettiklerini gösteren orana alacak devir hızı denilmektedir (Usta, 2011, s. 118). Alacak devir hızının düşük ve yüksek olmasının bazı göstergeleri bulunmaktadır (Akgün, 2002, s. 187).

Alacak devir hızının düşük olmasının göstergeleri:

- İşletmenin rekabet gücünün az olması,
- İşletmenin alacaklarını tahsil etmede sıkıntılar yaşaması,
- İşletmenin belirlenmiş etkin bir tahsilat politikasının bulunmaması,
- İşletmenin borç ödeme potansiyeli yeterli olmayan müşteriler ile vadeli satışlar yapmasıdır.

Alacak devir hızının yüksek olmasının göstergeleri:

- İşletmenin alacaklarını tahsil etmede başarılı olmasıdır.

Alacak devir hızı oranının formülü ise aşağıdaki gibidir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 159);

$$\text{Alacak Devir Hızı Oranı} = \frac{\text{Kredili Net Satışlar Tutarı}}{\text{Ortalama Ticari Alacaklar}}$$

Stok Devir Hızı

Stok devir hızı işletmelerin mevcut stoklarının zaman kaybı yaşamayacak bir şekilde paraya çevrilme durumu hakkında bilgi vermektedir (Haftacı, 2011, s. 111). Örneğin işletme stoklarını satarken problemle karşılaşıyorsa bu durum işletmenin stok devir hızının düşük olduğunu, eğer stokları satmada problem yaşamıyorsa bu da stok devir hızının yüksek olduğunu göstermektedir (Yıldız, 2013, s. 906).

Stok devir hızı oranının formülü aşağıdaki gibidir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 157);

$$\text{Stok Devir Hızı Oranı} = \frac{\text{Satışların Maliyeti}}{\text{Ortalama Stok}}$$

Öz kaynak Devir Hızı

Öz kaynakların nasıl etkin bir şekilde kullanıldığını gösteren orana öz kaynak devir hızı denilmektedir. İşletme öz kaynaklarını verimli kullanması sonucunda öz kaynak devir hızı oranı yüksek olurken, işletmenin öz kaynaklarını verimsiz kullanması sonucunda bu oran düşük olarak yansımaktadır (Tayyar vd., 2014, s. 26).

Bu oranın kabul edilmiş bir standart değeri olmadığından dolayı önceki yılların oranları ve farklı işletmelerin oranları ile kıyaslama yapılarak bu oranın yeterliği hakkında karar verilebilmektedir (Akdoğan & Tenker, 2010, s. 668).

Öz kaynak devir hızı oranının formülü ise aşağıdaki gibidir (Arslan, 2019, s. 61);

$$\text{Öz Kaynak Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Öz Kaynaklar}}$$

Aktif Devir Hızı

İşletmenin net satışları ile toplam aktifleri arasındaki oranı aktif devir hızı göstermektedir. Aktif devir hızının yüksek ve düşük olmasının sonuçlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Usta, 2011, s. 120).

Aktif devir hızının yüksek olması;

- İşletme varlıklarını verimli kullandığını,
- İşletmede atıl kapasitenin mevcut olmadığını,
- Öz kaynak kârlılığının yüksek olabileceğini,
- Risklerin minimum seviyelere düştüğünü göstermektedir.

Aktif devir hızının düşük olması ise;

- İşletme varlıklarını verimli kullanmadığını,
- Üretimi yapılan mallara istenilen talebin olmadığı,

- Kapasite boşluğu ve riskleri göstermektedir.

Aktif devir hızı oranının formülü ise aşağıdaki gibidir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 163);

$$\text{Aktif Devir Hızı Oranı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ortalama Toplam Aktif}}$$

Net İşletme Sermayesi Devir Hızı

Dönen varlıklar ile kısa vadeli yabancı kaynaklar arasındaki farka bölünmesiyle net işletme sermayesi devir hızı oranı bulunmaktadır (Okka, 2010, s. 49). Net işletme sermaye devir hızı ile ilgili herhangi bir standart katsayı olmaması nedeniyle, oranın yeterliliği ve yetersizliğine, ilgili işletmelerin önceki yıllardaki oranları veya benzer işletmelerin oranları karşılaştırılarak karar verilebilmektedir (Berk, 1999, s. 46).

Net işletme sermayesi devir hızı oranının formülü aşağıdaki gibidir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 164);

$$\text{Net İşletme Sermayesi Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ortalama Net İşletme Sermayesi}}$$

Kârlılık Oranları

Kârlılık oranları, işletmenin temel amacı olan kâr elde edebilmenin, faaliyet dönemindeki etkinliğini göstermektedir. Kazanç oranı aynı zamanda varlıkların ve borçların etkin bir şekilde yönetilip yönetilmediğini de göstermektedir. Bu oranlar işletmenin sahip olduğu faaliyet performansı, risk profili ve finansal kaldıracı hakkında bilgi sağlamaktadır. Kârlılık oranlarının etkinliği ise, satış veya yatırıma göre ölçülebilmektedir (Türko, 1999, s. 107).

Net Kâr Marjı Oranı

Net kâr marjı, bir şirketin satış gelirinin vergi sonrası kâra kıyasla endeksidir. Net kâr marjı oranı, şirketin net kârının net satışları içindeki ağırlığını ve yüksek net kâr marjı ile işletmenin kârlı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle oranın yüksek olması istenilmektedir. Bu oran vergi sonrası net kârın net satışlara bölünmesi ile elde edilmektedir (Dumanoglu & Ergül, 2010, s. 105).

Net kâr marjı oranının formülü ise aşağıda gösterilmiştir (Peker & Baki, 2011, s. 11);

$$\text{Net Kâr Marjı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Net Satışlar}}$$

Esas Faaliyet Kâr Marjı

İş hacmi kârlılığı olarak da bilinen esas faaliyet kâr marjı, işletmenin gerçekleştirdiği faaliyetlerin kârlılığını göstermektedir. Bu sebeple işletmeler bu oranın yüksek olmasını ve yükseliş eğilimi göstermesini istemektedir. Özellikle kamu hizmeti veren işletmelerde ve sermayeyi yoğun kullanan işletmelerde oranın yüksek olması gerekmektedir. Bu nedenle, satılan malın maliyetindeki değişiklikler ve satış fiyatlarındaki değişiklikler, esas faaliyet kâr marjlarında değişikliklere neden olmaktadır (Özden vd., 2012, s. 37).

Esas faaliyet kâr marjı formülü aşağıdaki gösterilmiştir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 166);

$$\text{Esas Faaliyet Kâr Marjı} = \frac{\text{Esas Faaliyet Kârı}}{\text{Net Satışlar}}$$

Aktif Kârlılık Oranı (ROA)

İngilizce’de adı “Return on Assets (ROA)” olan aktif kârlılık oranı, varlıkların her bir birimi tarafından ortalama olarak ne kadar kârın elde edildiğine dair bilgi girdisi

sağlamaktadır. İşletmede kapasitenin ne olduğu ve yeni sabit kıymet yatırımına ihtiyacı olup olmadığına tespit edilmesi ve karar verilmesinde kullanılmaktadır. Aktif kârlılık oranı, vergi sonrası net kârın toplam aktiflere kıyasla hesaplanmaktadır. Dolayısıyla işletmenin varlıklarının kâr yaratmada ne kadar verimli ve işletmedeki toplam yatırımların ne kadar etkin olduğunu göstermektedir (Petersen & Schoeman, 2008, s. 1).

ROE, sermaye faaliyetini ölçerken ROA, idarinin verimliliğini ölçmektedir. (Karapınar & Zaif, 2018, s. 313). ROA, işletmenin varlıklarını net kâra dönüştürme yeteneğini temsil eder ve yönetim verimliliğinin dikkat çekerek önemli bir ölçüm olarak görülür. Oranın yüksek oluşu, işletmenin varlıklarının oluşturduğu kâr ve yatırımların verimliliği ile doğru orantılıdır. Bu sebeple işletmeler aktif kârlılık oranının yüksek olmasını istemektedir (Akbaş, 2012, s. 104).

Aktif kârlılık oranının formülü ise aşağıda gösterilmiştir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 169);

$$\text{Aktif Kârlılık Oranı (ROA)} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Ortalama Toplam Aktif}}$$

Öz kaynak Kârlılık Oranı (ROE)

İşletmelerin kârlılığının alternatif bir kriteri olarak, vergi sonrası net dönem kârının özkaynaklara oranı olan öz kaynak kârlılığı (ROE) kullanılmıştır. Öz kaynak kârları, işletmelerin kâr elde etme amacıyla hissedarların özkaynaklarını ne kadar verimli kullandıklarının bir belirtisi olarak ele alınabilir. Bu durum işletmeye yatırım yapan pay sahiplerinin yatırımlarının verim oranını göstermektedir (Akbaş, 2012, s. 104).

Özkaynak kârlılığı, işletme sahiplerinin dönem başında vermiş olduğu sermaye ile işletmenin dönem içindeki özkaynak artışlarıyla kazandığı getiriye ifade etmektedir. İşletme sahiplerinin sermaye olarak işletmeye sundukları kaynak, yatırım olarak kabul görülürse, özkaynak kârlılığı için yatırım getirisi olarak da ifade edilebilmektedir (Karapınar & Zaif, 2018, s. 310).

Öz kaynak kârlılık oranı, diğer tüm oranların yarattığı etkilerini göstermesi sebebiyle en iyi finansal performans ölçü aracıdır (Brigham & Houston, 2012, s. 98). Bu oran, vergi sonrası net kârın özsermayeye oranlanmasıyla bulunmaktadır (Petersen & Schoeman, 2008, s. 1).

ROE formülü ise aşağıdaki gibidir (Toroslu & Durmuş, 2017, s. 168);

$$\text{Öz Kaynak Kârlılığı (ROE)} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Öz Kaynaklar}}$$



2. YÖNTEM

Bu bölümde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makalelerin bibliyometrik analizinin incelenmesi amacıyla araştırma verilerinin toplanmasına, araştırmanın desenine ve araştırma verilerinin analizine yer verilmiştir.

2.1. Araştırma Verilerinin Toplanması

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisini üzerine yayımlanan bilimsel çalışmaların dünyada dağılımının araştırıldığı bu çalışmada veri toplama kaynağı olarak; Science Citation Index Expanded (SCIEXPANDED), Social Sciences Citation Index (SSCI), Arts & Humanities Citation Index (A&HCI), Conference Proceedings Citation Index (CPCI), Emerging Sources Citation Index (ESCI) gibi bibliyometrik çalışmalar için önemli bilimsel atıf indekslerine erişim imkanı sağlayan Web of Science (WoS) veri tabanı seçilmiştir. Web of Science veri tabanı, sosyal bilimler alanında çok sayıda dergiyi kapsamına almaktadır ve araştırmacılara analiz yapmada büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Bu bağlamda etki faktörü yüksek dergilerin büyük bir kısmı Web of Science veri tabanında bulunmaktadır. Web of Science veri tabanının araştırmacıya verileri elde etmede önemli ölçüde kolaylıklar sağlaması, zengin içerikler sunması çalışmada Web of Science veri tabanının seçiminde etkili olmuştur.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan bilimsel çalışmaların 2010-2020 yılları arasındaki dağılımını belirlemek için “*corporate social responsibility and financial performance*” kelimelerini başlıkta veya özetinde bir arada bulunduran bilimsel çalışmalar araştırmaya dâhil edilerek tarama yapılmıştır. Web of Science veri tabanında ilk yapılan arama sonucu 183 çalışma elde edilmiştir. Yapılan araştırmada sadece makaleler incelendiğinden filtreleme yapılarak bu sayı 142’ye düşmüştür. Arama sonucunda 11.11.2020 tarihinde WoS veri tabanında araştırma konusuyla ilgili 142 makaleye ulaşılmıştır. Yapılan bu arama sonucunda ulaşılan 142 adet makale WoS Core Collection veri tabanından metin (text/txt) dosyası olarak indirilmiş olup sonrasında bu veri seti analiz edilmesi için Vosviewer programına aktarılmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yapılan bilimsel çalışmaların Türkiye’de dağılımı incelendiğinde ise veri toplama kaynağı olarak, Dergipark ve TR Dizin veri tabanları kullanılmıştır. Ulusal veri tabanlarında konuyla ilgili makale çalışmalarının yeterli sayıda olmamasından dolayı Ulusal Tez Merkezi’ndeki konuyla ilgili tezler çalışma kapsamına dâhil edilmiştir. Kullanılan bu veri tabanlarında 11.11.2020 tarihinde “*kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans*” kelimelerini başlıkta veya özetinde bir arada bulunduran bilimsel çalışmalar araştırmaya dâhil edilerek tarama yapılmıştır ve konuyla ilgili 13 adet makale ve 9 adet teze ulaşılmıştır. Belirlenen bu makaleler PDF (.pdf) formatında indirilmiştir ve sonrasında bu veri seti analiz edilmesi için Excel dosyasına aktarılmıştır.

2.2. Araştırmanın Deseni

Bu çalışmada, Türkiye ve dünyada kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yapılan bilimsel çalışmaların bibliyometrik profilinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışma, tarama modelinde yapılmış betimsel bir araştırmadır. Betimsel araştırmalarda bir grubun mevcut olan belirli özelliklerinin betimlenip açıklanarak ortaya konulması (Büyüköztürk vd., 2008) amaçlandığından, araştırma problemini çözmek için en uygun model olan betimsel araştırma modeli kullanılmıştır. Nitel yapıdaki bu çalışmanın verilerini oluşturan yayınlar ise bibliyometrik analiz, doküman incelemesi ve içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir.

2.3. Araştırma Verilerinin Analizi

Bu çalışmada uluslararası veri tabanında bulunan makalelerin veri analizi Vosviewer yazılım paketi kullanılarak gerçekleştirilmiş ve yazılımın işlevi gereği veri haritalaması yapılmıştır. Çalışmada, Vosviewer programının 1.6.11 sürümü kullanılmıştır. Bu analiz yöntemiyle 142 çalışma görsel haritalama yöntemi kullanılarak farklı başlıklarda incelenmiştir. Ulusal veri tabanlarında yayımlanan çalışmalarda ise Excel kullanılmış olup, içerik ve doküman analizi yapılmıştır.

Çalışmada, görsel haritalama yöntemiyle analizler yapılmış ve haritalar oluşturulmuştur. Görsel haritalama yönteminde birçok başlık incelenmiştir. İncelenen başlıklar; anahtar kelimelerin birlikte oluşma analizi, anahtar kelimelerin yıllara göre değişiminin örtüşme analizi, yazarların ortak atıf ağ analizi, yayınların (referansın) ortak atıf ağ analizi, akademik dergilerin ortak atıf ağ ve kümeleme analizi, yazarların yayım sayıları ve çalışmaların ortalama yayınlanma yılları, ülke ve yayınların yıllarının örtüşme görselleştirilmesi, kurumlar ve makalelerin yıllara göre örtüşme görselleştirilmesi şeklinde sıralanmıştır.



3. BULGULAR

Bu bölümde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makalelerin bibliyometrik analizini ortaya çıkarmak için Vosviewer yazılımı kullanılmıştır. Vosviewer yazılımı kullanılarak değerlendirici bibliyometrik analizler olan ortak yazarlık analizleri ve ortak atıf analizleri yapılmıştır. Değerlendirici bibliyometrik analizlerin görselleştirilmesiyle oluşturulan ağ, kümeleme ve örtüşme görsellerinde, yazar, kurum ve akademik dergi gibi içeriklerin isimleri kısaltma yapılarak kullanılmıştır. Bu görsellerin yorumlanması sırasında içeriklerin isimleri, görselleştirme yazılımında ve bibliyografik künyelemelerde de yer aldığı şekilde yazılmıştır. Makalelerin yıllara göre yayın sayıları ve yıllık değişimleri, araştırma alanlarına göre dağılımları, ülkelere göre dağılımları ise içerik analizi yapılarak tespit edilmiştir.

Tablo 3

Makalelerin Yıllara Göre Yayın Sayıları

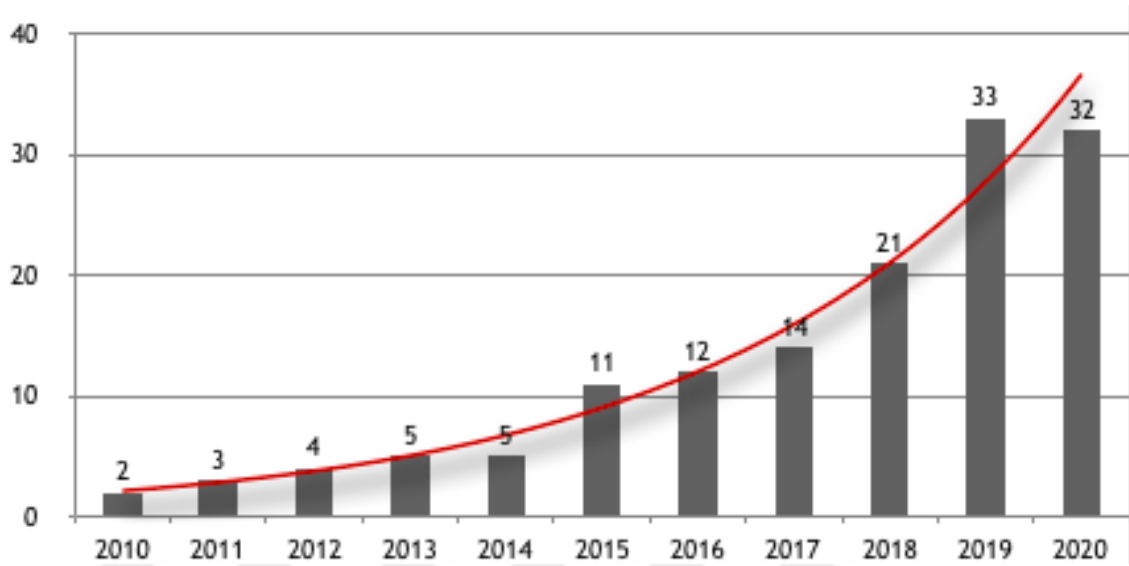
Yıllar	Makale Sayıları
2010	2
2011	3
2012	4
2013	5
2014	5
2015	11
2016	12
2017	14
2018	21
2019	33
2020	32

Tablo 3’de 2010-2020 yılları arasında “corporate social responsibility and financial performance” kelimelerini başlıkta veya özetinde bir arada bulunduran ve Web of Science veri tabanında yayımlanmış olan 142 makalenin yıllara göre dağılımı gösterilmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine 2010 yılında (2), 2011 yılında (3), 2012 yılında (4), 2013 yılında (5), 2014 yılında (5), 2015 yılında (11), 2016 yılında (12), 2017 yılında (14), 2018 yılında (21), 2019 yılında (33), 2020 yılında (32) makale yayımlanmıştır.

Şekil 4

Makale Sayılarının Yıllık Değişimi ve Trend Analizi



Şekil 4'e göre yayın sayısında kırılmaların sadece 2019-2020 yılları arasında yaşandığı görülmektedir. 2010-2014 yılları arasında yayın sayıları birbirlerine çok yakın bir şekilde seyrederken, 2014-2019 yılları arasında yayın sayısında istikrarlı bir şekilde artış olduğu ve 2019 yılı yayınların yıllar arasında artışın en yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Şekil 4'de bulunan çizgi çalışmaya konu olan alanın trendini göstermektedir. Bu kırmızı çizgiden de anlaşılacağı gibi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yapılan çalışmaların hızlı bir şekilde gelişmekte olduğu görülmektedir.

Tablo 4*Makalelerin Araştırma Alanlarına Göre Dağılımı*

No	Araştırma Alanı	Makale Sayısı
1	Business Economics (İş Ekonomisi)	116
2	Environmental Sciences Ecology (Çevre Bilimleri Ekolojisi)	39
3	Science Technology Other Topics (Bilim Teknolojisi Diğer Konular)	18
4	Social Sciences Other Topics (Sosyal Bilimler Diğer Konular)	10
5	Engineering (Mühendislik)	5
6	Agriculture (Tarım)	2
7	Operations Research Management Science (Operasyon Yöntem Araştırma Bilimi)	2
8	Area Studies (Alan Çalışmaları)	1
9	Education Reserach (Eğitim Araştırmaları)	1
10	Food Science Technology (Gıda Bilimi Teknolojisi)	1
11	Information Science - Library Science (Bilgi Bilimi- Kütüphane Bilimi)	1
12	International Relations (Uluslararası İlişkiler)	1
13	Psychology (Psikoloji)	1
14	Mathematics (Matematik)	1

Web of Science veri tabanına ait analiz sonuçlarına göre kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makaleler ağırlıklı olarak Business Economics (İş Ekonomisi) araştırma alanında yapılmıştır. Bu alanı sırasıyla Environmental Sciences Ecology (Çevre Bilimleri Ekolojisi), Science Technology and Other Topics (Bilim Teknolojisi ve Diğer Konular), Social Sciences and Other Topics (Sosyal Bilimler ve Diğer Konular) Engineering (Mühendislik), Agriculture (Tarım), Operations Research Management Science (Operasyon Yöntem Araştırma Bilimi), Area Studies (Alan Çalışmaları), Education Reserach (Eğitim Araştırmaları), Food Science Technology (Gıda Bilimi Teknolojisi), Information Science - Library Science (Bilgi Bilimi- Kütüphane Bilimi), International Relations (Uluslararası İlişkiler), Psychology (Psikoloji) ve Mathematics (Matematik) alanları izlemektedir.

Tablo 5*Makalelerin Ülkelere Göre Dağılımı*

NO	Ülke	Makale Sayısı
1	Çin	23
2	ABD	20
3	Hindistan	12
4	Tayvan	12
5	İngiltere	11
6	İspanya	10
7	Malezya	8
8	Pakistan	8
9	Fransa	8
10	Güney Kore	7
11	Avustralya	5
12	İtalya	5
13	Romanya	4
14	Türkiye	4

Web of Science veri tabanında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi konulu makalelerin yayın sayısına en çok katkıda bulunan ülkeler Çin (23), ABD (20), Hindistan (12), Tayvan (12) İngiltere (11) olarak sıralanmaktadır. Tablo 5’de görüldüğü üzere bu ülkeleri İspanya (10), Malezya (8), Pakistan (8), Fransa (8), Güney Kore (7), Avustralya (5), İtalya (5), Romanya (4), Türkiye (4) izlemektedir. Makale yayımlama sayısı bir olan ülkeler Tablo 5’de gösterilmemiştir.

Temaların Ortaya Çıkarılması

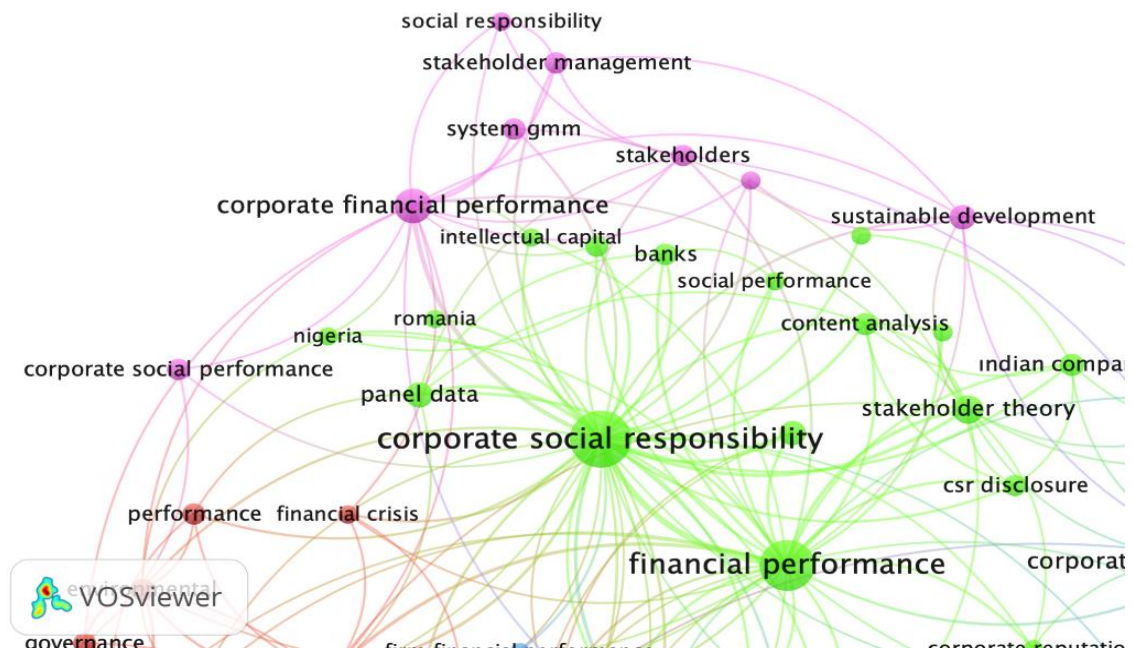
Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makalelerinin temalarının belirlenmesi amacıyla, çalışmalarda yer alan anahtar kelimeler ele alınmış ve birlikte oluşma analizi kullanılmıştır.

Vosviewer veri görselleştirme uygulaması kullanılarak elde edilen şekiller, programın görselleştirme bölümünde bulunan ve ağırlıklandırma sekmesinde yer alan oluşma (occurrence) seçeneği seçilerek ağırlıklandırmalar oluşturulmuştur. Vosviewer programının görselleştirme analiz sekmesinde bulunan ve method sekmesinin alt başlığı olan “Linlog/Modularity” yöntem başlığı seçilerek görsel oluşturulmuştur.

Şekil 7’de görüldüğü gibi finansal performans ve analiz yöntemleri olarak isimlendirilen mavi küme; corporate social responsibility (csr) (kurumsal sosyal sorumluluk) (kss) (12), corporate financial performance (cfp), (kurumsal finansal performans) (4), tobin’s q (2), roa (3), roe (2), firm’s financial performance (firmanın finansal performansı) (2) gibi anahtar kelime ve kavramlardan oluşmaktadır.

Şekil 8

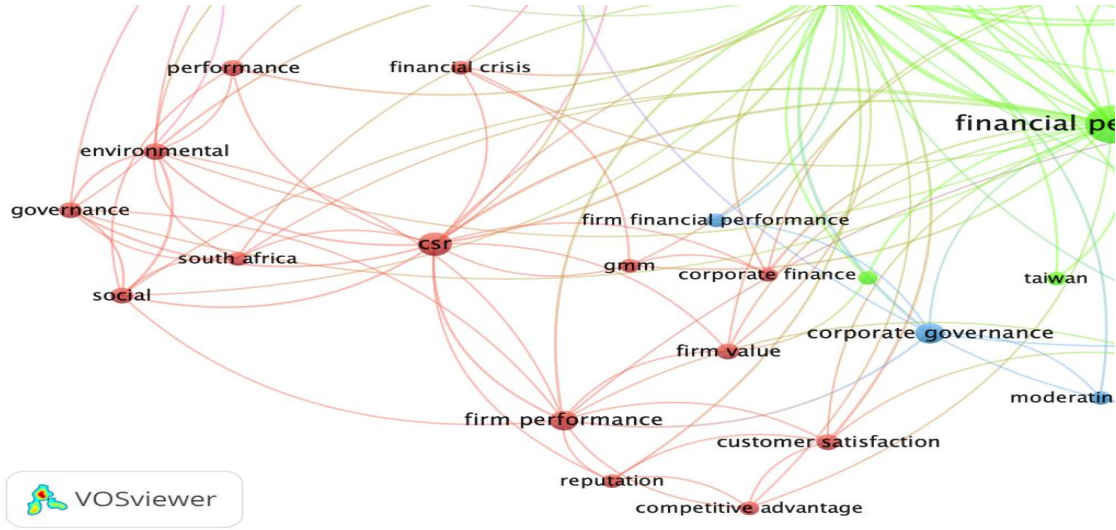
Kurumsal Finansal Performans ve Etkileşim Kümesi (Mor Küme)



Şekil 8’de görüldüğü gibi kurumsal finansal performans ve etkileşim kümesi olarak isimlendirilen mor küme; corporate financial performance (kurumsal finansal performans) (17), sustainable development (sürdürülebilir gelişme) (5), stakeholder management (paydaş yönetimi) (3), stakeholders (paydaşlar) (3), corporate social performance (kurumsal sosyal performans) (3) gibi anahtar kelime ve kavramlardan oluşmaktadır.

Şekil 9

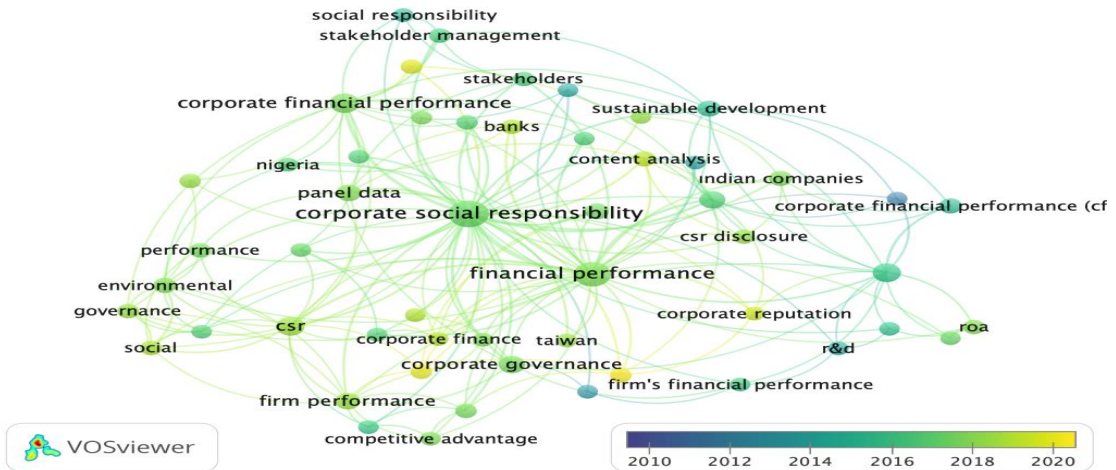
Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Etki Alanları Kümesi (Kırmızı Küme)



Şekil 9’da görüldüğü gibi kurumsal sosyal sorumluluğun etki alanları kümesi olan kırmızı küme; csr (kss) (12), firm performance (firma performansı) (7), firm value (firma değeri) (3), performance (performans) (3), competitive advantage (rekabet avantajı) (2), gibi anahtar kelime ve kavramlardan oluşmaktadır.

Şekil 10

Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Değişiminin Örtüşme Görselleştirilmesi



Şekil 10’a bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makalelerin anahtar kelimeleri görülmektedir. Anahtar kelimelerle yapılan “birlikte oluşma analizi” neticesinde elde edilen örtüşme

görseliyle, anahtar kelimelerin yıllara göre kullanım yoğunluklarındaki farklılıklar görülmektedir.

Şekildeki mavi görünen anahtar kelimelerin yer aldığı makalelerin yayınlandığı yılların ortalaması 2012-2014 yıllarına ait olduğunu, yeşil renkte görünen anahtar kelimelerin 2014-2018 yılları arasını kapsadığını ve sarı renk ile belirtilen anahtar kelimelerin ise 2018'den sonrasını kapsadığını göstermektedir. Şekil 10 anahtar kelimelerin kullanım yılları hakkında bilgi vermektedir.

Corporate social performance (kurumsal sosyal performans) (csp), tourism industry (turizm sektörü) ve aynı renk olan anahtar kelimeler, 2012 ve 2014 yılları olan yayınlarda yer almaktadır.

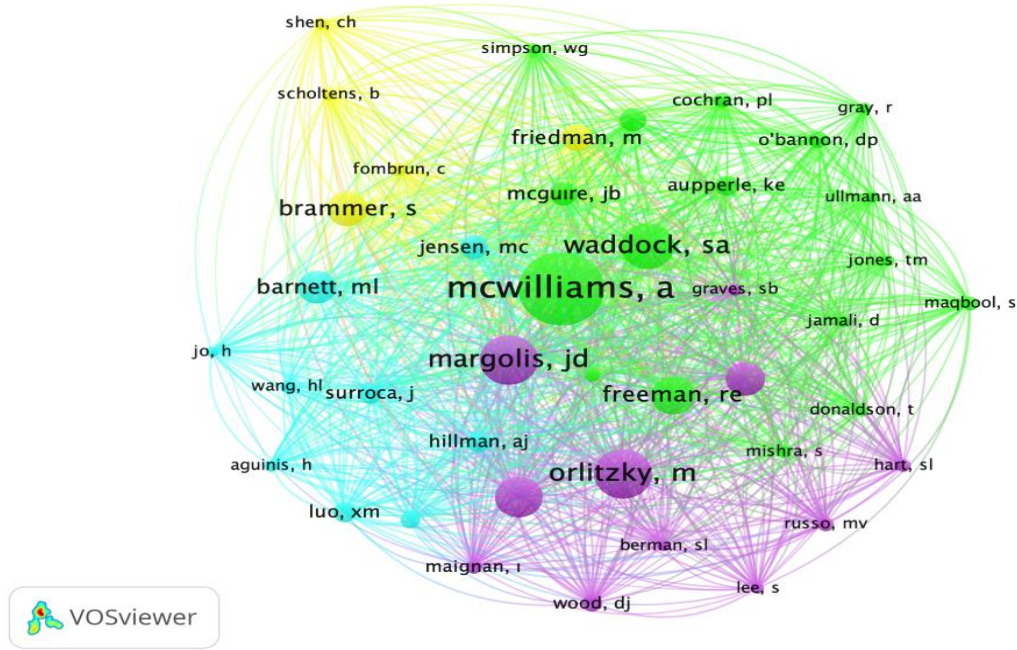
Corporate social responsibility (kurumsal sosyal sorumluluk), corporate social responsibility (csr) (kurumsal sosyal sorumluluk), customer satisfaction (müşteri memnuniyeti) ve aynı renk olan anahtar kelimeler, 2014 ile 2016 yılları arası yayınlarda ağırlıklı olarak yer alan anahtar kelimelerdir.

Corporate financial performance (kurumsal finansal performans), financial performance (finansal performans), firm performance (firma performansı), roa, roe, corporate governance (kurumsal yönetim), stakeholders (paydaşlar) ve aynı renk olan anahtar kelimeler ise ortalamaları 2016 ve 2018 yılları olan yayınlarda yer almaktadır.

Corporate reputation (kurumsal itibar), firm value (firma değeri), firm performance (firma performansı) ve aynı renk olan anahtar kelimeler, 2018 ve sonrasında yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak yer alan anahtar kelimelerdir.

Şekil 11

Yazarların Ortak Atıf Ağ Analizi



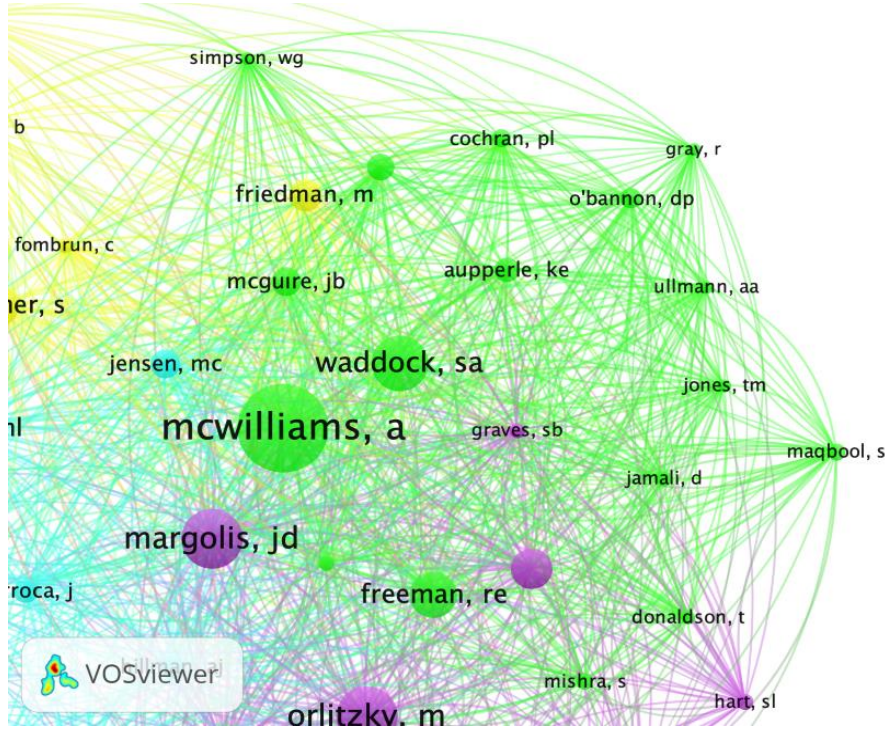
Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makalelerin yazarlarının ortak atıf analizi gerçekleştirilmesi için Vosviewer programında eşik değer olarak 20 ve üstü alıntılanma sayısı seçilmiştir. Web of Science veri tabanında yayımlanan makalelerin birden çok yazarı olması durumunda ilk yazarı esas almasından dolayı, birinci yazar haricindeki diğer ortak yazarlar analize dâhil edilmemektedir. Bu analiz sonucunda 42 yazarın ortak atıf ağ analizi Şekil 11’de görselleştirilmiştir. Ortak atıf ağ analizi yapılırken Vosviewer programının algoritmasının, yayınların ilk yazarlarını esas aldığı bilmek, değerlendirme yaparken önem taşımaktadır.

Şekil 11’deki kümeleme analizinden görüldüğü üzere alanın merkezini, kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans alanında en yüksek atıf alan yazar *McWilliams A.*’dır. Ayrıca *McWilliams A.* ile kurumsal sosyal sorumluluk alanında en yüksek yayın sayısına sahip olan *Orlitzky M*, *Margolis J.D*, *Waddock S.A*, *Carroll, A.B*, *Freeman R.E* ortak atıf değeri yüksek olan yazarlar olmakla beraber alanda temel merkezleri oluşturmaktadırlar.

Şekil 11’de görüldüğü gibi ortak atıf analizinde yazarların dört farklı kümede yer aldıkları görülmektedir.

Şekil 12

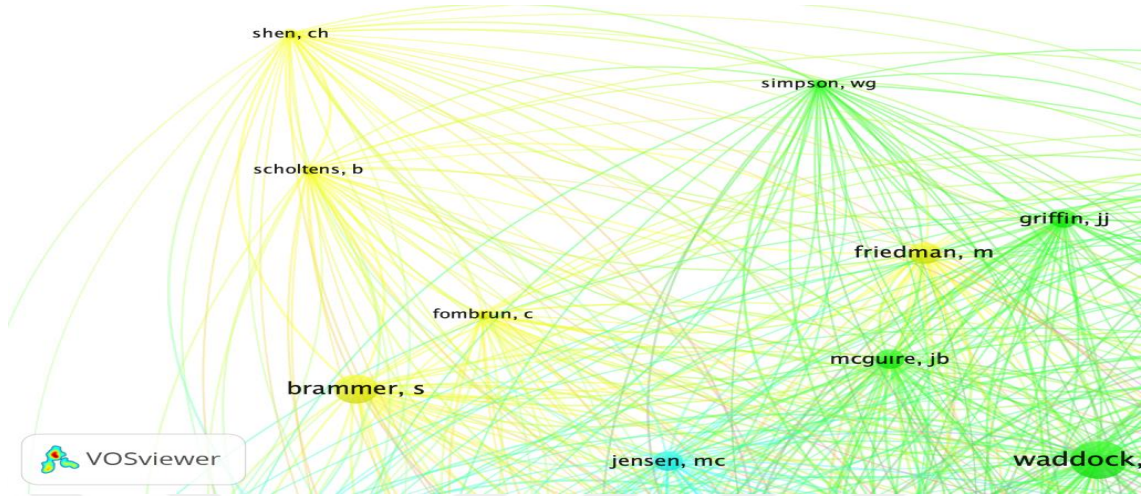
Yazarların Ortak Atıf Analizi (Yeşil Küme)



McWilliams A, Waddock S.A., Freeman R.E., Aupperle, K.E., McGuire, J.B., Ulimann, A. A. gibi yazarlardan oluşan ve yeşil renk ile temsil edilen küme ilk kümeyi göstermektedir. Bu küme incelendiğinde en yüksek ortak atıf değerleri *McWilliams A, Waddock S.A., Freeman R.E.*, arasında olduğu görülmektedir.

Şekil 13

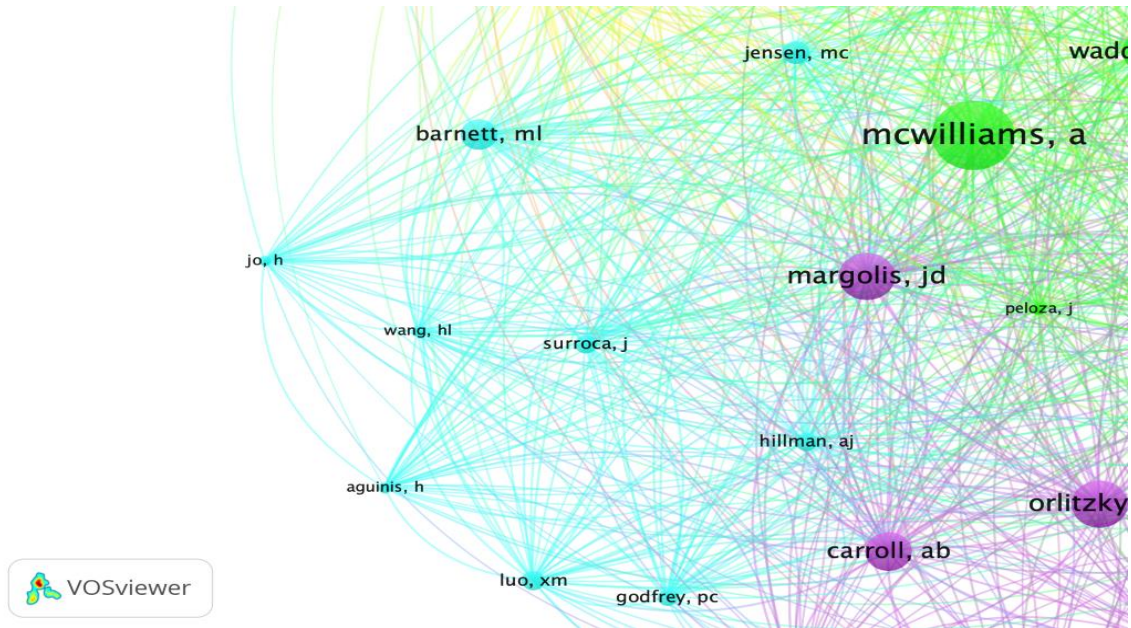
Yazarların Ortak Atıf Analizi (Sarı Küme)



Sarı renk ile temsil edilen ikinci kümede ise *Brammer S.*, *Friedman M.*, *Fombrun C.*, *Scholtens, B.*, *Shen C.H.* gibi yazarlar yer almaktadır. Bu küme incelendiğinde *Brammer S.*, *Friedman M.*, gibi yazarların aralarındaki ortak atıf değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Şekil 14

Yazarların Ortak Atıf Analizi (Mavi Küme)

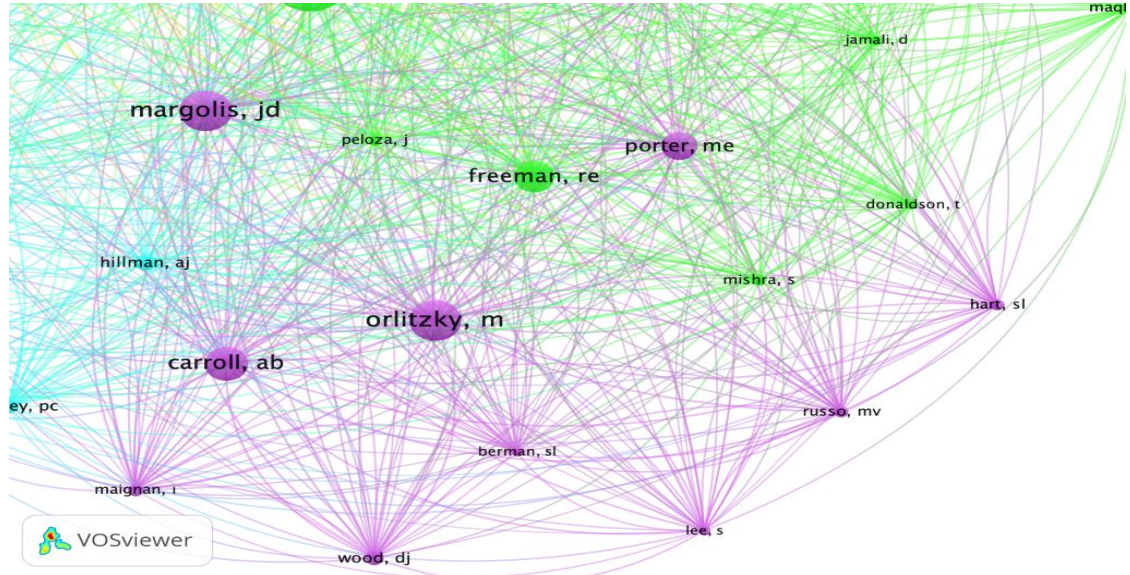


Mavi renk ile temsil edilen üçüncü kümede ise *Barnett M.L.*, *Surroca J.*, *Wang H. L.*, *Jo H.*, *Aguinis H.*, *Jensen M.C.*, *Hillman, A.J.* gibi yazarlar yer almaktadır. Bu küme

incelendiğinde *Barnett M.L.*, *Jensen M.C.* ve *Surroca J.* gibi yazarların aralarındaki ortak atıf değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Şekil 15

Yazarların Ortak Atıf Analizi (Mor Küme)

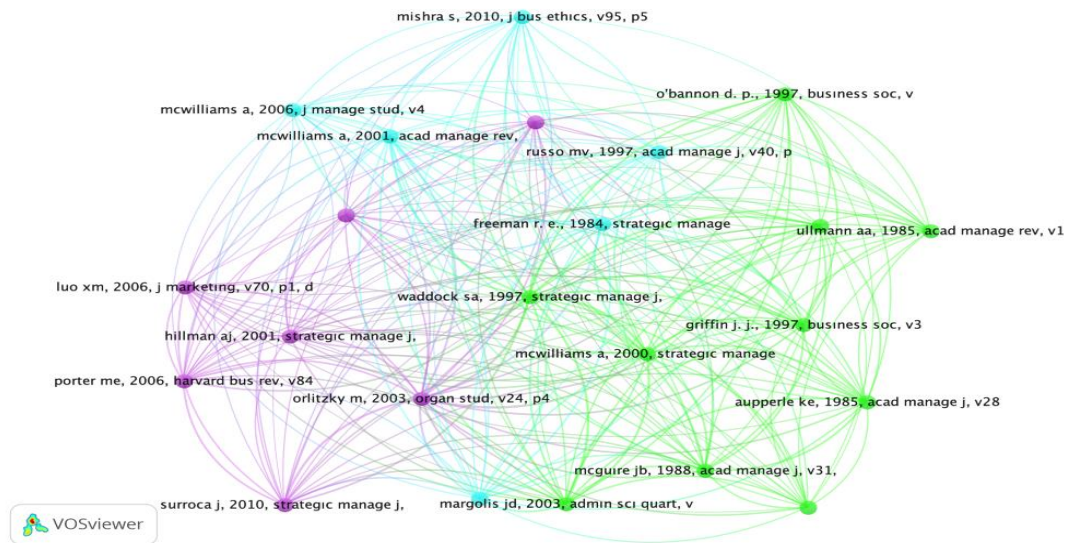


Mor ile temsil edilen dördüncü kümede ile *Orlitzky M.*, *Carroll A.B.*, *Margolis J.D.*, *Porter M.E.*, *Maignan L.*, *Wood, D.J.* gibi yazarlardan oluştuğu görülmektedir. Bu kümedeki *Orlitzky M.*, *Carroll A.B.*, *Margolis J.D.* gibi yazarların aralarındaki ortak atıf değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Şekil 15'e göre aynı kümelerde bulunan yazarların, yayımladıkları benzer konu makaleler dâhil edilerek, benzer içerikli çalışmalar yapmış oldukları sonucuna varılmaktadır. Ayrıca *McWilliams A.*, *Orlitzky M.*, *Margolis J.D.*, *Waddock S.A.*, *Carroll, A.B.*, *Freeman R.E.* gibi yazarların çalışılan alanda yüksek görünürlüğe sahip oldukları ve bu alanda otorite olarak kabul edilebilecekleri söylenebilmektedir. Buna ek olarak yüksek atıf değerine ve ilişkisine sahip bu yazarların yayınlarının, makalelerde aynı zamanda referans olarak yer aldıkları tespit edilmiştir.

Şekil 16

Yayınların (Referansın) Ortak Atıf Ağ Analizi



Kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans alanında yer alan yayınların ortak atıf analizi gerçekleştirilmesi için sınır değer olarak Vosviewer programı tarafından 20 ve üstü alıntılanma sayısı seçilmesi önerilmiştir. Analiz sonrasında 6000 referans yayının içerisinde 23 yayının ortak atıf ağ analizi Şekil 16'daki gibi görselleştirilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans alanında ortak atıf ağ analizi 253 noktada 39.150 bağlantı içeren 3 kümeye ayrılmıştır.

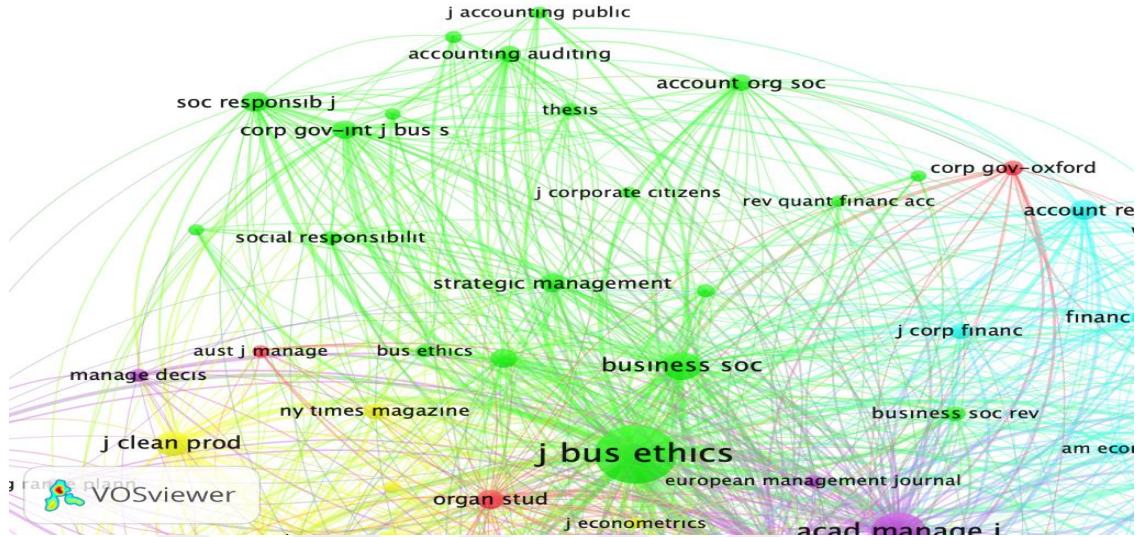
İlk küme olan yeşil kümede *McWilliams A., 2000, Strategic Manage, Waddock S.A., 1997, Strategic Manage, Ullmann A.A., 1985, Acad Manage Rev., ve Mcguire J.B., 1988, Acad Manage* gibi yayınlar bulunmaktadır.

İkinci ve mavi kümede *McWilliams A, 2006, Manage Stud., Freeman R.E, 1984, Strategic Manage ve Mishra S., 2010, J Bus Ethics* gibi yayınlar yer almaktadır.

Üçüncü ve mor kümede *Orlitzky M., 2003, Organ Stud., Surroca J., 2010, Strategic Manage Porter M.E., 2006, Harvard Bus Rev. ve Hillman A.J., 2001, Strategic Manage* gibi yayınlar yer almaktadır. Bu yayınların alan için önemli olduğu ve bir bilgi tabanı oluşturduğu görülmektedir. Aynı kümede bulunan yayınların, alandaki diğer yayınlar tarafından sıklıkla referans kaynağı olarak kaynakçalarında buldukları söylenebilmektedir.

Şekil 18

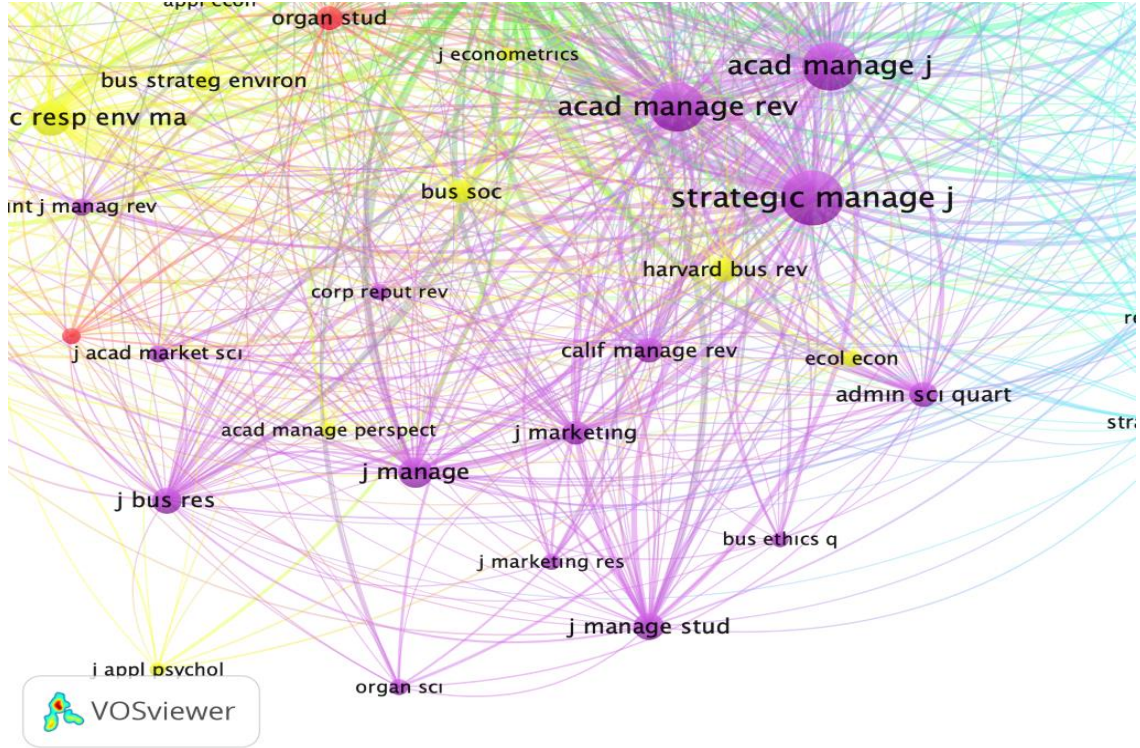
Dergilerin Ortak Atıf Analizi (Yeşil Küme)



Yeşil ve ilk kümede *Strategic Management*, *Social Responsibility*, *Business Soc.*, *Journal of Business Ethics* dergileri kümelerin merkezini oluşturdukları, yüksek ortak atıf değerlerine ve çoğunlukla alıntı yapılan yayınlara sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca bu kümede *Journal of Accounting Public*, *Social Responsibility of Journal* dergileri de yer almaktadır. Bu küme içerisindeki yer alan dergilerde yayımlanan makalelerin, birlikte benzer referans kaynakları olarak dâhil oldukları söylenebilmektedir.

Şekil 19

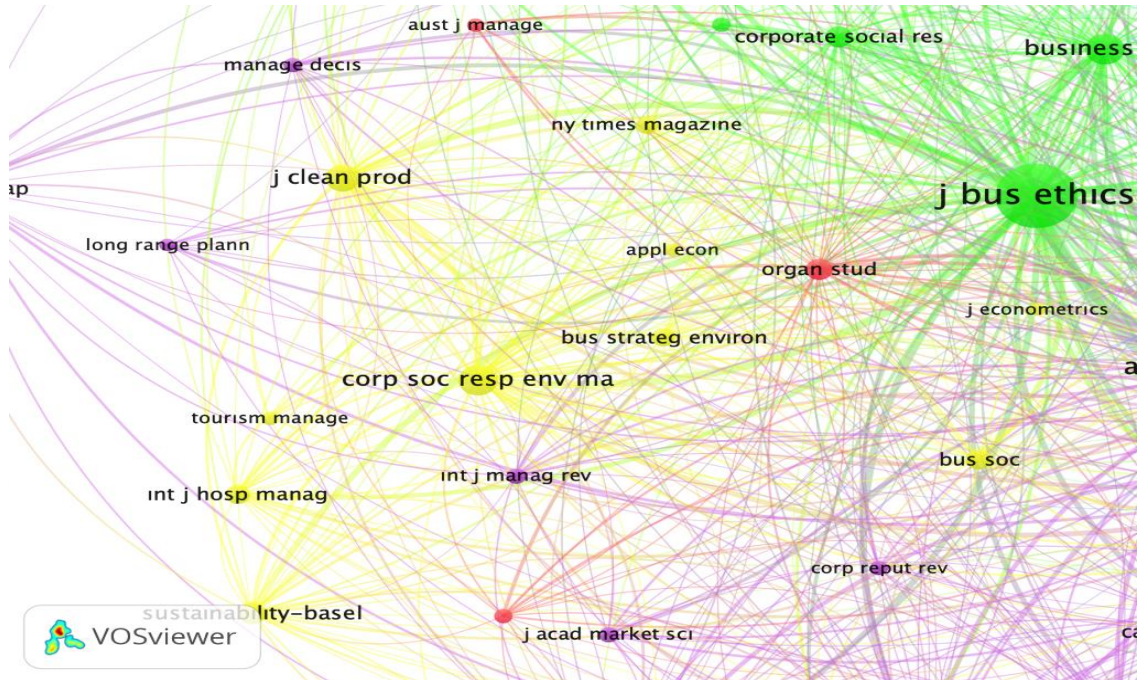
Dergilerin Ortak Atıf Analizi (Mor Küme)



İkinci küme olan mor kümede, *Academy of Management Journal*, *Strategic Management Journal*, *Journal of Management* dergileri kümelerinin merkezi oluşturdukları, yüksek ortak atıf değerlerine ve yayımlar tarafından çoğunlukla alıntı yapılan yayınlara sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca *California Management Review*, *California Management Review* ve *Journal Marketing Research* bu kümede yer alan diğer dergilerdir. Bu küme içerisindeki yer alan dergilerde yayımlanan makalelerin birlikte benzer referans kaynakları olarak dâhil oldukları söylenebilmektedir.

Şekil 20

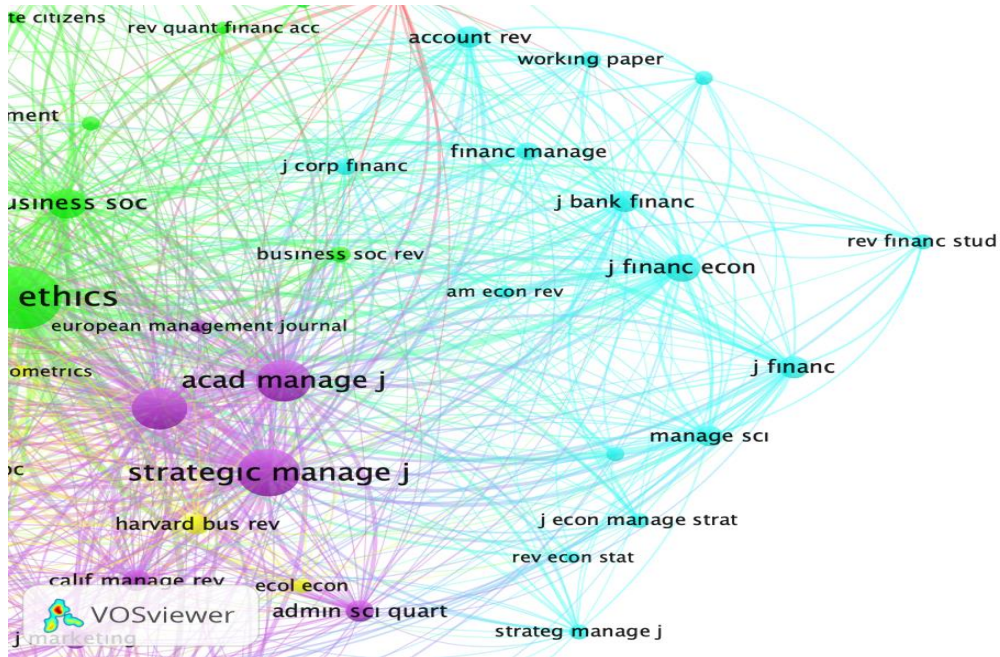
Dergilerin Ortak Atıf Analizi (Sarı Küme)



Sarı ve üçüncü kümede *Corporate Social Responsibility Environmental Management*, *Business Strategic Environment* dergilerinin kümenin merkezini oluşturdukları görülmektedir. Ayrıca *Business Soc.*, *Ny Times Magazine* dergileri de bu kümede yer alan diğer dergilerdir. Kırmızı ve dördüncü kümede ise *Australian Journal of Management*, *Organ stud.* ve aynı renkteki dergiler bu kümede yer almaktadır.

Şekil 21

Dergilerin Ortak Atıf Analizi (Mavi Küme)



Mavi kümede ise *Journal of Financial Economy*, *Journal of Banking and Finance*, *Journal of Finance* dergilerinin kümenin merkezini oluşturdukları görülmektedir. Ayrıca *Strategic Manage Journal*, *Journal of Economics & Management Strategy*, *Management Science* dergileri de bu kümede yer alan diğer dergilerdir.

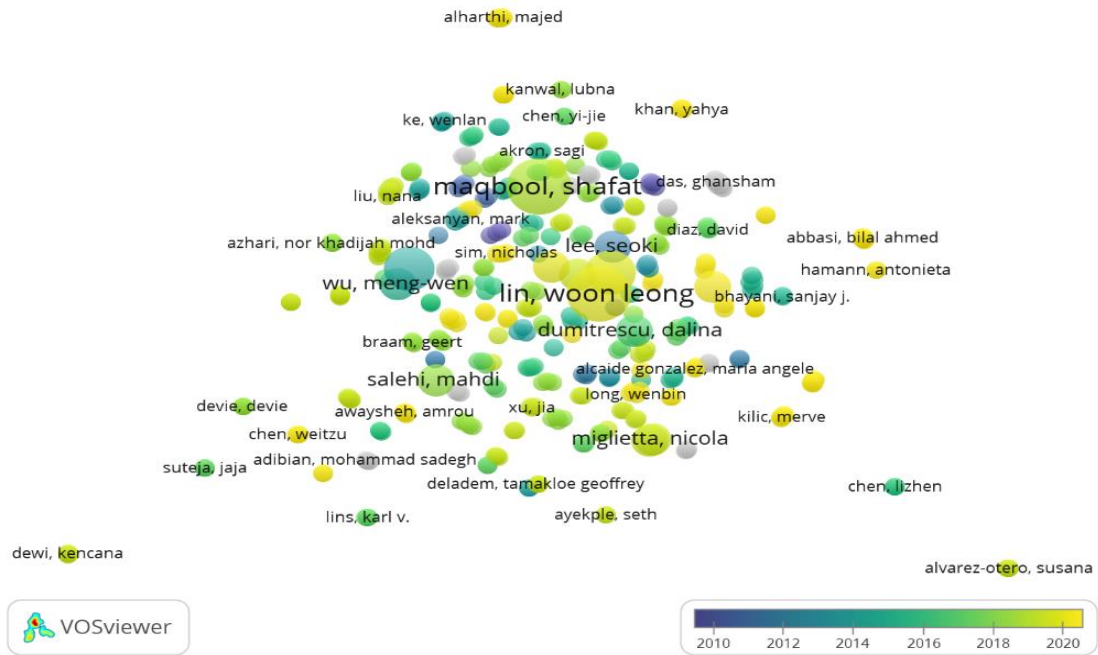
Şekil 21'e bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisinin araştırıldığı çalışmalarda en yüksek yayın sayısına sahip dergi olan dergiler *Journal of Business Ethics*, *Academy of Management Journal* ve *Strategic Manage Journal* dergileri aynı zamanda alandaki yayınların, alıntı yapmak için sıklıkla tercih ettikleri makalelerin mevcut olduğu dergiler konumunda yer almaktadır. Bu dergilerin kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans alanını domine ettikleri ve alanın bilgi tabanını oluşturdukları söylenebilmektedir. Dergilerin, kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans alanında yüksek alıntılanma sayılarına sahip olduklarından ve ortak atıf analizinde bulunan yayınların birçoğunu içerdiklerinden dolayı alanda önemli ve etkili dergiler oldukları söylenebilmektedir.

Yayınların Ortalama Atıf Sayılarının ve Yayın Yıllarının İncelenmesi

Bu bölümde, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi ile ilgili yapılan çalışmalar yazarların, kurumların, akademik dergilerin, ülkelerin ortalama yayın yılları, her yayın için toplam atıf sayısını ve yıllık ortalama atıf sayısı örtüşme analizi ile görselleştirilmiştir. Böylece bu alanda daha eski yayınları olan yazarlar, kurumlar, akademik dergiler ve ülkeler analiz edilmeye çalışılmıştır.

Şekil 22

Yazarların Yayın Sayıları ve Yayınlarının Ortalama Yayınlanma Yılları



Şekil 22'ye bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayınları bulunan yazarlar görülmektedir. Yazarların yayınlarının ağırlıklandırılması için doküman sayısı, derecelendirilmesi içinse makalelerin yayımlanma yılları esas alınmıştır. Şekilde renklendirme yazarların yayınları başına düşen ortalama atıf sayısına göre değişkenlik göstermektedir. Şekilde mor renk yazarların sahip oldukları makalelerin ortalamasının 2010 ve daha eski bir tarihi, yeşil renk makalelerin yayımlandıkları yılların ortalamasının 2012 ve 2018 yılları ve sarı renk makalelerin yayımlandıkları yılların ortalamasının 2020 ve sonrası olduğunu göstermektedir.

Şekle bakıldığında sarı renkli olan ve alanda en yüksek yayına sahip olan yazar olan *Lin Woon Leong, Ho Jo Ann ve Sambasivan Murali* ve aynı renkte bulunan yazarların makalelerinin ortalama yayımlanma yılı 2019 yılıdır. Makalelerin ortalama yayımlanma yıllarını inceleyerek mor renkli olan yazarlar alanda daha eski yayınlara sahip olan yazarlar olurken açık yeşil ve sarı renkli olan yazarlar alanda yeni yayınlara sahip olan yazarlar olduklarını söylemek mümkündür.

Koyu yeşil renkli olan *Cellan Scatt J., Lee Seoki* ve aynı renkte bulunan yazarların makalelerinin ortalama yayımlanma yılları 2012 iken *Deloughy Sara* gibi yazarların makalelerinin ortalama yayımlanma yılı 2013, *Shen Chung Hua ve Aleksanyan Mark* ve aynı renkte bulunan yazarların makalelerinin ortalama yayımlanma yılı 2014 yılıdır.

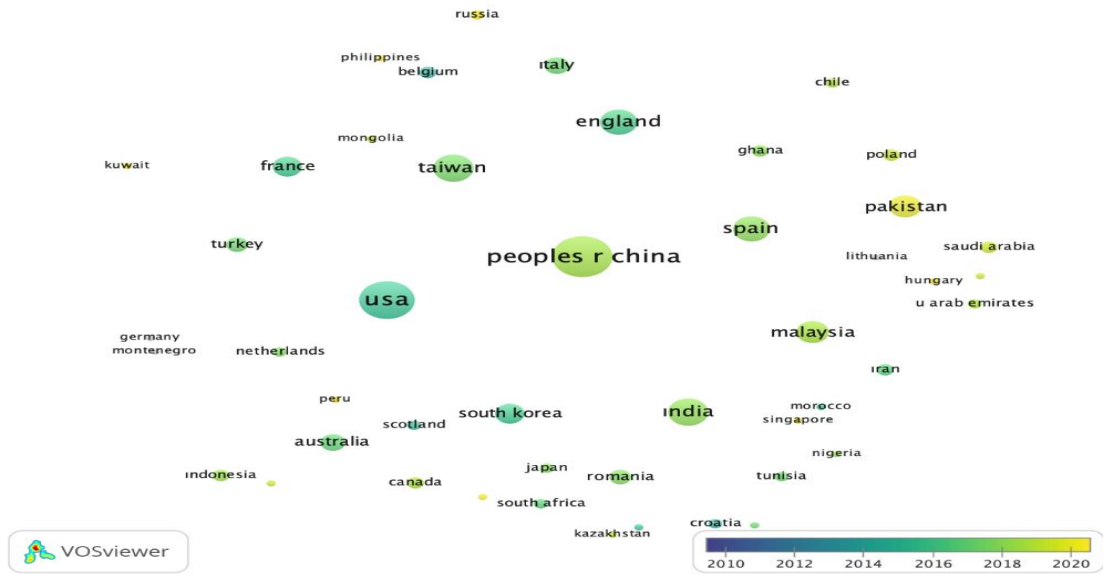
Açık yeşil renkli olduğu görülen *Wu Meng Wen, Chang Ruei Yuan, Flammer Caroline* ve aynı renkte bulunan yazarların ortalama yayım yılları 2015 yılı, *Dumitrescu Dalina Chen Lizhen* ve aynı renkte bulunan yazarların makalelerinin ortalama yayımlanma yılı 2016, *Codez Simon, Chen Yi-Jie* ve aynı renkte bulunan yazarların ortalama yayımlanma yılı 2017 yılıdır.

Sarı renkli olan *Maqbool Shafat, Selehi Mahdi, Konwal Lubna* ve aynı renkte bulunan yazarların ortalama yayım yılları 2018 yılı, *Lin Woon Leong, Miglietta Nicola, Ho Jo Ann* ve aynı renkte bulunan yazarların makalelerinin ortalama yayımlanma yılı 2019, *Ali Hafiz Yasir, Hussain Ghulam, Alharthi Majed* ve aynı renkte bulunan yazarların makalelerinin ortalama yayımlanma yılı 2020 yılıdır.

Şekil 22'ye göre sarı renkli olan yazarların bu alanda yeni çalışmalar yaptığı alana yakın zamanda giriş yaptıkları ve makalelerini ağırlıklı olarak son yıllarda yayımladığı söylenebilmektedir.

Şekil 23

Ülke ve Yayın Yıllarının Örtüşme Görselleştirilmesi



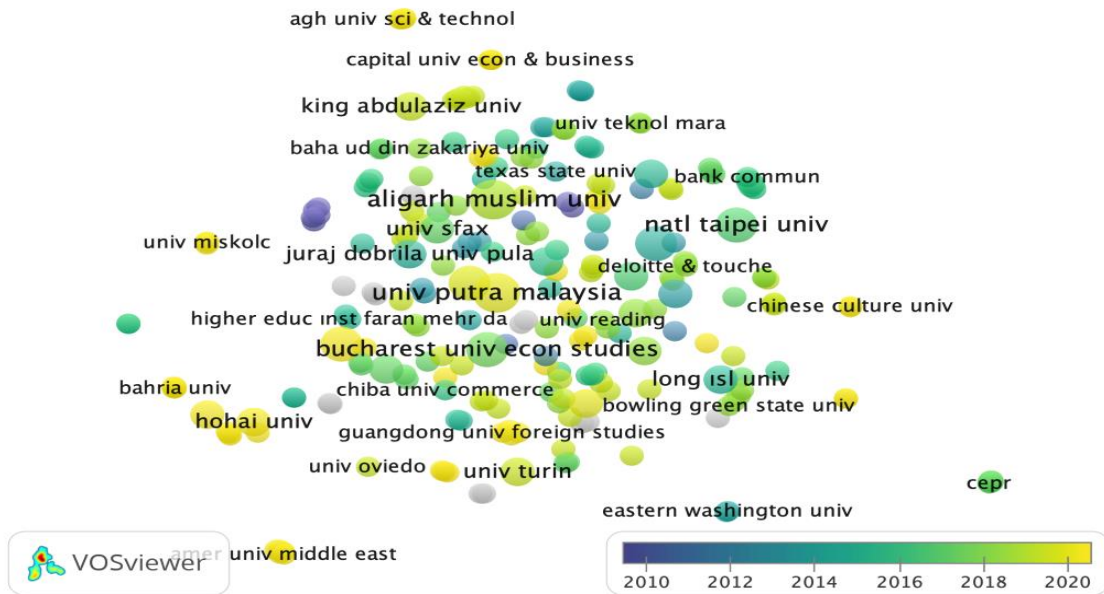
Şekil 23'e bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayınlara sahip olan ülkeler görülmektedir. Şekildeki görselleştirmenin ağırlıklandırılması için doküman sayısı kullanılırken derecelendirilmesi için makalelerin ortalama yayınlama yılları esas alınmıştır. Şekildeki renkler makalelerin yayımlandıkları yılların ortalamasına göre farklılık göstermektedir. Şekil 23'e göre ülkelerin yayınlarının yıllara göre dağılımı, hangi ülkelerin bu alanda çalışmalara önem verdiğini, alanda yeni yayın yapmış olan ülkeleri görebilmek mümkündür.

Bu şekle göre, alanda en yüksek makale sayısına sahip olan ülkeler Çin, ABD, Hindistan, Tayvan, İngiltere, İspanya gibi ülkelerdir. Yine şekilden yola çıkılarak ABD ve Güney Kore'nin sahip oldukları makaleleri yayımlandıkları yılların ortalama yılı (2015), Fransa ve İran (2016), İspanya, İtalya, Tayvan, Türkiye, (2017), Çin ve Kanada (2018), Pakistan, Polonya ve Kazakistan (2019) Rusya, Singapur, Peru (2020)'dir.

Şekilden yola çıkılarak ABD, Fransa, Avusturya gibi ülkelerin yeni yayınları bulunmazken Çin, Kanada, Polonya Rusya ve Singapur gibi ülkeler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yapılan yeni çalışmalar çıkarmıştır.

Şekil 24

Kurumlar ve Makalelerinin Yıllara Göre Örtüşme Görselleştirilmesi



Şekil 24'te kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayınlara sahip olan kurumlar yer almaktadır. Şekil 24'e bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans alanında yayınlara sahip olan kurumlar görülmektedir. Şekil 24'te görselleştirmenin ağırlıklandırılması için makale sayısı, derecelendirilmesi içinse makalelerin ortalama yayınlanma yılları esas alınmıştır. Şekildeki renklere kurumların sahip oldukları makalelerin yayınlanma yıllarının ortalamasına göre farklılık göstermektedir. Şekil 24'e göre kurumların yayınlarının yıllara göre dağılımı, hangi kurumların bu alanda çalışmalara önem verdiğini, alanda yeni yayın yapmış olan kurumları görebilmek mümkündür.

Türkiye'de Yayımlanan Makale ve Tez Çalışmalarının İçerik ve Doküman Analizleri

Türkiye'de 2010-2020 yılları arasında Dergipark, TR Dizin ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanlarında kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans kelimelerini başlıkta veya özetinde bir arada bulunduran 13 adet makale ve 9 adet teze ulaşılmıştır.

Makale ve Tez Çalışmalarının Nicel İçerik Analizi

Bu alt bölümde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan çalışmaların yayın dilleri, yayımlandıkları yılları, çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler, makale yazarlarının birlikte çalışma analizi, çalışmalarda kullanılan analizlerin dağılımı, çalışmanın amaçları, odaklanılan gruplar, yöntemleri ve sonuçları, yayımlandıkları dergiler ve atıf sayıları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Tablo 6

Makale ve Tezlerin Yayın Dillerine Göre Dağılımı

Yıllar	Diller	
	Türkçe	İngilizce
2010	-	-
2011	-	1
2012	-	1
2013	1	-
2014	4	3
2015	-	1
2016	2	-
2017	2	-
2018	1	-
2019	5	-
2020	1	-
Toplam	16	6

Tablo 6’da görüldüğü gibi yayımlanan makale ve tez çalışmalarının 16’sı Türkçe, 6’sı İngilizce yazılmıştır. Farklı dillerde yazılan çalışmalar yıllara göre dağılımı incelendiğinde 2011 yılında (1), 2012 yılında (1), 2014 yılında (3), 2015 yılında (1) çalışma İngilizce hazırlanırken, 2013 yılında (1), 2014 yılında (4), 2016 yılında (2), 2017 yılında (2), 2018 yılında (1), 2019 yılında (5), 2020 yılında (1) çalışma Türkçe olarak hazırlanmıştır.

Tablo 7*Makale ve Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı*

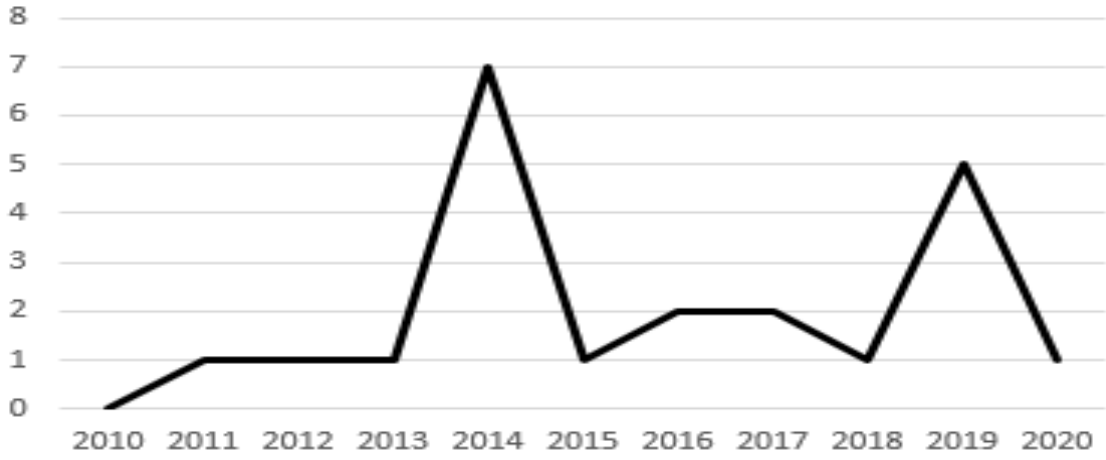
Yıllar	Makale Sayısı	Tez Sayısı
2010	-	-
2011	-	1
2012	1	-
2013	-	1
2014	5	2
2015	1	-
2016	1	1
2017	2	-
2018	1	-
2019	2	3
2020	-	1
Toplam	13	9

Tablo 7’de makale ve tezlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde, 2012 yılında (1), 2014 yılında (5), 2015 yılında (1), 2016 yılında (1), 2017 yılında (2), 2018 yılında (1) 2019 yılında ise (2) makale çalışması yayımlanmışken, 2011 yılında (1), 2013 yılında (1), 2014 yılında (2), 2016 yılında (1), 2019 yılında (3), 2020 yılında ise (1) tez çalışması yapılmıştır. Türkiye’de 2010-2020 yılları arasında toplamda 13 adet makale ve 9 tez çalışması yapılmıştır.

Türkiye bu alanla ilgili ilk makale çalışması Aras vd. tarafından 2010 yılında yapılmıştır (Arslan, 2019, s. 68). Ancak bu makale, çalışmada kullanılan veri tabanlarında bulunmadığı için analize dâhil edilememiştir.

Şekil 25

Makale ve Tezlerin Yıllara Göre Değişimi



Şekil 25'e göre 2010-2020 yılları arasındaki makale ve tez çalışmaları değerlendirildiğinde 2011, 2014, 2016 ve 2019 yıllarında yayımlanan makale ve tezlerin sayılarında artış yaşandığı, 2015, 2018 ve 2020 yıllarında ise azalma yaşandığı görülmektedir. Ayrıca makale sayılarında en yüksek artış 2014 yılında gerçekleşmiştir. Bu tablodan yola çıkarak alanla ilgili makale çalışmalarının yayımlanmasında bir istikrarsızlık yaşandığı tespit edilmiştir.

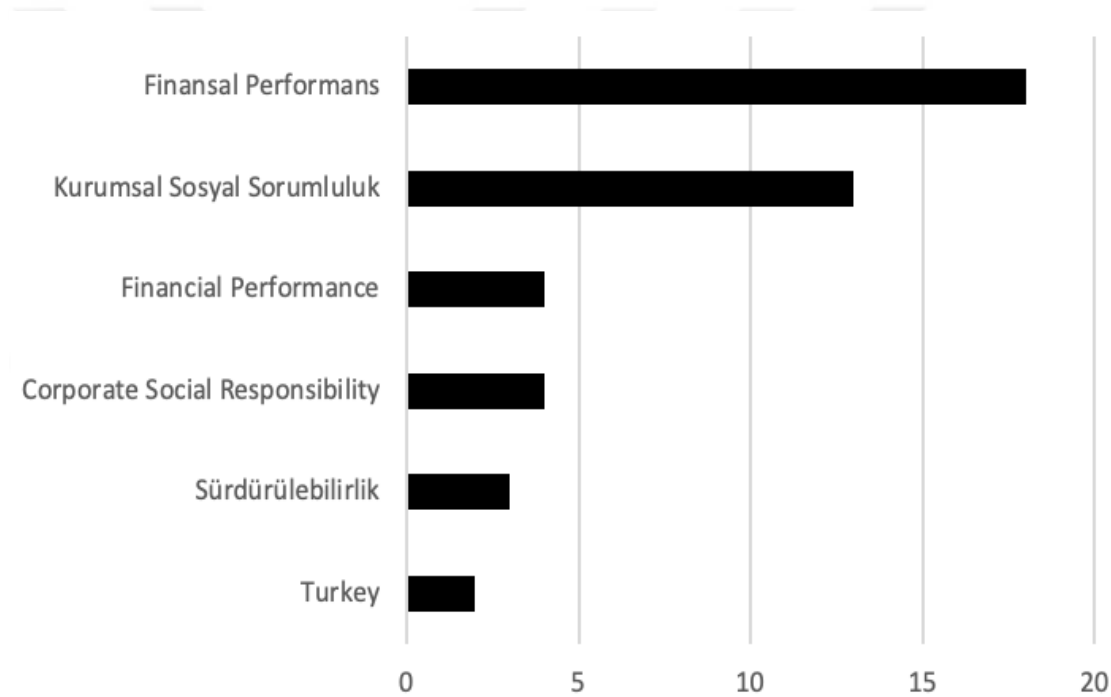
Tablo 8*Makalelerin Yayımlandığı Dergiler*

NO	Dergi	Makale	Yıl
1	Muhasebe ve Finansman Dergisi	Corporate Social Responsibility And Financial Performance Relationship: The Case of Turkey	2012
2	Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma	2014
3	Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi	İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ile Finansal Performans Arasındaki İlişki: İMKB'ye Yönelik Bir Uygulama	2014
4	AKÜ İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamalarının Finansal Performans Üzerine Etkisi: Bist-30'da Bir Uygulama	2014
5	Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi	Investigating the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Turkey	2014
6	Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi	Analyzing the Effects of Corporate Social Responsibility Level on The Financial Performance of Companies: an Application on Bist Corporate Governance Index Included Companies	2014
7	Journal of Yasar University	The Relationship Between CSR and Banks' Financial Performance: Evidence From Turkey	2015
8	Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Üzerine Bir Uygulama	2016
		İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Finansal Performanslarına Etkisi	2019
		Sürdürülebilirlik Açıklamaları Kapsamında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kârlılık Üzerine Etkisi: Bist Sürdürülebilirlik Endeksinde Bir Araştırma	2018
9	Muhasebe ve Denetime Bakış	Kurumsal Sosyal Sorumluluk- Kazanç Yönetimi ve Finansal Performans İlişkisi	2017
10	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi	İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumlulukları ve Finansal Performansı Arasındaki İlişkinin Çift Yönlü İncelenmesi	2019
11	Gazi İktisat ve İşletme Dergisi	Şirketlerin Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Anlayışlarının Finansal Performanslarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme: Türkiye Uygulaması	2017

Tablo 8’de makalelerin yayımlandıkları dergiler sıralanmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine Muhasebe Bilim Dünyası Dergisinde yayımlanan makaleler; Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Üzerine Bir Uygulama, İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Finansal Performanslarına Etkisi ve Sürdürülebilirlik Açıklamaları Kapsamında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kârlılık Üzerine Etkisi: BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bir Araştırma olmak üzere üç makale yayımlanmıştır ve bu alanda en çok makale yayımlayan dergi olarak tespit edilmiştir.

Şekil 26

Makale ve Tezlerde Kullanılan Anahtar Kelimeler



Şekil 26’da 2010-2020 yılları arasında Türkiye’de gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans ile ilgili makalelerde en çok tekrar eden 6 adet anahtar kelime bulunmaktadır. Şekil 26’ya göre *Turkey* (*Türkiye*) kelimesi (2), *Sürdürülebilirlik* kelimesi (3), *Corporate Social Responsibility* (*Kurumsal Sosyal Sorumluluk*) kelimesi (4), *Financial Performance* (*Finansal Performans*) kelimesi (4), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* kelimesi (13), *Finansal Performans* kelimesi (18) adet kullanılmıştır. En çok kullanılan anahtar kelime *Finansal Performans* kelimesidir. Şekil 26’ya çalışmalarda bir kez kullanılan kelimeler dâhil edilmemiştir.

Şekil 27

Makale Yazarlarının Birlikte Çalışma Analizi



Şekil 27’de kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yazılmış makale çalışmalarının yazarlarının birlikte çalışma analizi gösterilmiştir. Şekil 27’ye göre 13 makalenin 4’ü tek yazarlı 4’ü iki yazarlı 5’i üç yazarlıdır.

Tablo 9

Makale ve Tezlerde Kullanılan Analizlerin Dağılımı

NO	Kullanılan Analiz	Sayı
1	Panel Veri Analizi	8
2	Korelasyon Analizi	5
3	Regresyon Analizi	4
4	İçerek Analizi	3
5	Çoklu Regresyon Analizi	1
6	Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi	1
7	İki Yönlü Manova Analizi	1
8	Oran Analizi	1
9	Lojistik Regresyon Analizi	1
10	Mann–Whitney U Test	1
11	Temel Bileşenler Analizi	1
12	Run Testi	1
13	Nedensellik Testi	1
Toplam		29

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makale ve tezlerin analizleri incelendiğinde *Panel Veri Analizi (8), Korelasyon Analizi (5), Regresyon Analizi (4), İçerik Analizi (3), Çoklu Regresyon Analizi (1), Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi (1), İki Yönlü Manavo Analizi (1), Oran Analizi (1), Lojistik Regresyon Analizi (1), Mann-Whitney U Test (1) Temel Bileşenler Analizi (1), Run Testi (1) ve Nedensellik Testi (1)* olmak üzere toplam 13 farklı analiz kullanılmıştır. Makalelerde en çok kullanılan analiz panel veri analizidir.

Tablo 10

Makale ve Tezlerin Amaçlarına Göre Dağılımı

YILLAR	AMAÇ		Toplam
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performans üzerindeki etkisini incelemek	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemek	
2010	-	-	-
2011	1	-	1
2012	-	1	1
2013	-	1	1
2014	1	6	7
2015	-	1	1
2016	1	1	2
2017	1	1	2
2018	1	-	1
2019	3	2	5
2020	-	1	1
Toplam	8	14	22

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makale ve tez çalışmaları amaçlarına göre incelemeye alındığında, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performans üzerindeki etkisini incelemek ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemek olarak iki farklı amaca yönelik hazırlandıkları söylenebilmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performans üzerindeki etkisini incelemek amacıyla 2011 yılında (1), 2014 yılında (1), 2016 yılında (1), 2017 yılında (1), 2018 yılında (1), 2019 yılında (3) olmak üzere toplam 8 makale ve tez çalışması yapılmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 2012 yılında (1), 2013 yılında (1), 2014 yılında (6), 2015 yılında (1), 2016 yılında (1), 2017 yılında (1), 2019 yılında (2) ve 2020 yılında (1) olmak üzere toplam 14 makale ve tez çalışması yapılmıştır. Tabloya bakıldığında, Türkiye’de yayımlanmış olan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi konu başlıklı makale ve tez çalışmaları arasında, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla daha çok makale ve tez çalışması yapılmıştır.

Tablo 11

Makale ve Tezlerin Odaklanılan Gruplara Göre Dağılımları

Yıllar	Odaklanılan Grup					Toplam
	BİST	Türkiye’de Faaliyet Gösteren Özel ve Ulusal Ticari Bankalar	Türkiye’de KSS Açısından Beğeni Toplayan Şirketler	Nijerya’da İşlem Gören Bankalar	S&P 500 Borsa Endeksinde İşlem Gören İşletmeler	
2010	-	-	-	-	-	-
2011	-	1	-	-	-	1
2012	1	-	-	-	-	1
2013	1	-	-	-	-	1
2014	6	-	-	1	-	7
2015	-	1	-	-	-	1
2016	2	-	-	-	-	2
2017	1	-	1	-	-	2
2018	1	-	-	-	-	1
2019	5	-	-	-	-	5
2020	-	-	-	-	1	1
Toplam	17	2	1	1	1	22

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makale ve tezleri odaklanılan gruplara göre incelemeye alındığında farklı odak gruplara yönelik hazırladıkları sonucuna varılmıştır. Bu çalışmalar BİST (Borsa İstanbul), Türkiye’de faaliyet gösteren özel ve ulusal ticari bankalar, Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk açısından beğeni toplayan şirketler, Nijerya’da işlem gören bankalar ve S&P 500 Borsa endeksinde işlem gören bankalar olmak üzere beş farklı odak gruba yönelik hazırlanmıştır.

Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performansa etkisi konu başlıklı hazırlanmış olan makalelerde en çok BİST (17) üzerine odaklanılmıştır. Odaklanılan bu grup içerisinde; Borsa İstanbul’da işlem gören mali sektör dışındaki şirketler, BİST Kimya, Petrol, Plastik Endeksinde yer alan işletmeler, Borsa İstanbul Sınai endeksinde işlem gören sanayi işletmeleri, BİST’de işlem gören işletmeler, Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan işletmeler, BİST Kurumsal Yönetim Endeksi’nde işlem gören firmalar, BIST-30 endeksinde yer alan üretim işletmeleri, BIST 100 Endeksi’nde yer alan 45, BIST Kurumsal Yönetim endeksinde yer alan işletmeler bulunmaktadır.2014, 2016, 2017, 2019 yıllarında yapılan makale ve tez çalışmalarında BİST’e odaklanılmıştır.

Makaleler odaklanılan gruplara göre analiz edildiğinde en çok BİST (17) gelmektedir. Ardından Türkiye’de faaliyet gösteren özel ve ulusal ticari bankalara (2), olarak sıralanmaktadır.

Tablo 12

Makale ve Tezlerin Sonuçlara Göre Dağılımı

Yıllar	Makalelerin Sonuçlara Göre Dağılımı				Toplam
	KSS faaliyetleri- nin finansal performansa etkisi var	KSS faaliyetlerinin finansal performansa etkisi yok	KSS ile finansal performans arasında ilişki var	KSS ile finansal performans arasında ilişki yok	
2010	-	-	-	-	-
2011	-	1	-	-	1
2012	1	-	-	-	1
2013	-	-	1	-	1
2014	-	3	2	2	7
2015	1	-	-	-	1
2016	-	1	-	1	2
2017	-	1	-	1	2
2018	-	-	1	1	2
2019	2	1	1	-	4
2020	-	-	1	-	1
Toplam	4	7	6	5	23

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makale ve tezlerin analizler sonucunda KSS faaliyetlerinin finansal performansa etkisi var (4), KSS faaliyetlerinin finansal performansa etkisi yok (7), ve KSS finansal performans arasında ilişki var (6), KSS ile finansal performans arasında ilişki yok (5) olarak dört farklı sonuç elde edilmiştir. Türkiye’de yapılan bilimsel çalışmalarda KSS faaliyetlerinin finansal performansa etkisinin olup olmadığı araştırılan çalışmalarda etkisinin olmadığı bulguların daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 13

Makalelerin Atıf Analizi

NO	Makale Adı	Atıf Sayısı
1	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul’da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma	25
2	İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ile Finansal Performans Arasındaki İlişki: İMKB’ye Yönelik Bir Uygulama	22
3	The Relationship Between CSR And Banks' Financial Performance: Evidence from Turkey	22
4	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Üzerine Bir Uygulama	9
5	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamalarının Finansal Performans Üzerine Etkisi: Bist-30’da Bir Uygulama	9
6	Corporate Social Responsibility and Financial Performance Relationship: The Case of Turkey	6
7	Kurumsal Sosyal Sorumluluk- Kazanç Yönetimi ve Finansal Performans İlişkisi	5
8	Sürdürülebilirlik Açıklamaları Kapsamında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kârlılık Üzerine Etkisi: BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bir Araştırma	5
9	Investigating the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Turkey	4
10	İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumlulukları ve Finansal Performansı Arasındaki İlişkinin Çift Yönlü İncelenmesi	2
11	Analyzing the Effects of Corporate Social Responsibility Level on The Financial Performance of Companies: An Application on Bist Corporate Governance Index Included Companies	1
12	Şirketlerin Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Anlayışlarının Finansal Performanslarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme: Türkiye Uygulaması	0
13	İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerin Finansal Performanslarına Etkisi	0

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makalelerin atıf analizler sonucunda en fazla atıf alan makale Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Kimya-petrol-plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma (25), olup hiç atıf almayan makaleler Şirketlerin Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Anlayışlarının Finansal Performanslarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme: Türkiye Uygulaması ve İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Finansal Performanslarına Etkisi olarak tespit edilmiştir.



4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, ikincil verilerden yararlanılarak elde edilen veriler, bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bibliyometrik analizler, bir çalışma alanında ya da bilimsel alanda gerçekleşen çalışmaların durum tespitinin yapıldığı, ilgili alanın hangi alanlar ile ilişkili olduğunu ve gelişim seyrinin ortaya koyulduğu çalışmalardır. Bibliyometrik analiz, çalışmaya konu olan alanın mevcut durumunun iyileştirilmesine, yeni araştırma konularının başlatılmasına, yayımlanmış kaynakların içeriğinin neler olduğuna, çalışmaların konularının odak noktalarının belirlenmesine ve alandaki eksikliklerin saptanmasına katkı sağlamaktadır. Araştırmacılar açısından çalışacakları alanın belirlenmesinde uluslararası alan yazında herhangi bir konu ile bağlantılı konuların neler olduğunun ortaya çıkarılması önemlidir. Bibliyometrik çalışmalar, alan ile ilgili çalışma yapacak olan diğer araştırmacılara da fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Son yıllarda işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansını nasıl etkilediği yatırımcılar, işletmeler ve araştırmacılar tarafından dikkat çeken bir konu olmaya başlamıştır. Bu doğrultuda ilgili konunun mevcut durumunu ortaya koyma, ilişkili olduğu alanları belirleme, hangi kaynakların kullanıldığını ve hangi konuların araştırıldığının tespit etme doğrultusunda araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makalelerin uluslararası dağılımını incelerken Web of Science veri tabanı, çalışmaların ulusal dağılımını incelerken ise TR Dizin, Dergipark ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanları ele alınmıştır. 2010-2020 yılları arasında çalışma konusuyla ilgili Web of Science veri tabanında 142, TR Dizin, Dergipark ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanlarında ise 13 makale ve 9 tez olduğu tespit edilmiştir. Bu yıllar arasında uluslararası veri tabanında en çok makale yayımlanan yıl 2019 olup alana ilginin giderek arttığı tespit edilmiştir. Ulusal veri tabanlarında ise bu yıl 2014 olarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda uluslararası literatürde sürekli ve artış gösteren bu çalışma konusu ulusal literatürde daha yavaş şekilde gelişim göstermektedir.

Web of Science veri tabanına ait analiz sonuçlarına göre kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makaleler ağırlıklı olarak Business Economics (İş Ekonomisi) araştırma alanında yapılmıştır. Bu alanı sırasıyla Environmental Sciences Ecology (Çevre Bilimleri Ekolojisi), Science Technology and

Other Topics (Bilim Teknolojisi ve Diğer Konular), Social Sciences and Other Topics (Sosyal Bilimler ve Diğer Konular) Engineering (Mühendislik), Agriculture (Tarım), Operations Research Management Science (Operasyon Yöntem Araştırma Bilimi), Area Studies (Alan Çalışmaları), Education Reserach (Eğitim Araştırmaları), Food Science Technology (Gıda Bilimi Teknolojisi), Information Science - Library Science (Bilgi Bilimi- Kütüphane Bilimi), International Relations (Uluslararası İlişkiler), Psychology (Psikoloji) ve Mathematics (Matematik) alanları izlemektedir. İş ekonomisi ve çevre bilimleri ekolojisi gibi araştırma alanlarının yüksek değerlere sahip olmaları alanda sosyal bilimlerin ağırlıklı olarak çalışıldığını ve baskın olduğunu göstermektedir.

Ulusal veri tabanında bulunan makale ve tez çalışmalarının özgün dilleri incelendiğinde 16 çalışmanın Türkçe, 6 çalışmanın ise İngilizce olarak yayımlandığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışmalarda etkin dil olarak Türkçe dili kullanılmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi konusunda üretken ülkeler incelendiğinde 23 yayın sayısına sahip olan Çin, en üretken ülke konumundadır. 20 adet yayın sayısına sahip ABD, 12 yayına sahip Hindistan ve Tayvan yüksek üretkenliğe sahip ülkeler konumundadırlar. Ayrıca söz konusu alanda Türkiye adresli çalışmaların düşük olması alanda yeterli makale üretilmediğini göstermektedir.

Uluslararası veri tabanında anahtar kelimelerin, makalelerde birlikte yer almaları ve kullanım sıklıklarına göre ele alındığından birlikte oluşma analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucu toplam 331 adet anahtar kelimeye ulaşılmıştır. Bu anahtar kelimelerin iki tekrar sıklığına sahip olan 53 adet anahtar kelime görselleştirilmiştir. Bu anahtar kelimeler arasında 92 adet tekrarlanma ile en çok tekrarlanma sayısına sahip olan corporate social responsibility (kurumsal sosyal sorumluluk) ve financial performance (finansal performans) anahtar kelimelerin merkezini oluştururken, corporate financial performance (kurumsal finansal performans), csr, corporate social responsibility (csr) (kurumsal sosyal sorumluluk) gibi anahtar kelimeler merkezin etrafında yer almaktadır. Ulusal veri tabanında en çok kullanılan anahtar kelime finansal performans (18) olup takibinde kurumsal sosyal sorumluluk (13) kelimesi gelmektedir. Ulusal ve uluslararası veri tabanlarında yayımlanan bilimsel çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler benzerlik göstermiştir.

Diğer analiz yöntemi olarak, bir makalenin kaynakçasında, iki farklı makalenin referans olarak yer alma değerini analiz eden ortak atıf analizi kullanılmıştır. Kullanılan bu analiz yönteminde, yazarlar, yayınlar (referanslar) ve akademik dergiler incelenmek için ele alınmıştır. Ortak atıf analizinde yazarlar incelendiğinde, yazarların ortak atıf ağ veya kümeleme görselinde de görülebileceği gibi ilgili konuda en yüksek atıflı yayına sahip olan yazar, McWilliams'ın merkezde yer aldığı görülmektedir. McWilliams'ın etrafında, alandaki önemli yazarlar olarak tanımlanabilen Orlitzky M., Margolis J.D, Waddock S.A., Carroll gibi ortak atıf değeri yüksek olan yazarlar olmakla birlikte, bu yazarlar alandaki önemli merkezleri oluşturarak, alanda otorite konumundadırlar. Analiz sonucunda görselde birbirlerine yakın şekilde konumlanmış olan yazarların, benzer içerikli yayınlarda birlikte yer aldıkları ve yüksek görünürlüğe sahip olmakla birlikte alanda otorite olarak kabul edilmektedirler.

Yayınlara ortak atıf analizi incelendiğinde McWilliams A., 2000, Strategic Manage, Waddock S.A., 1997, Strategic Manage, Ullmann A.A., 1985, Acad Manage Rev., ve McGuire J.B., 1988, Acad Manage, McWilliams A, 2006, Manage Stud., Freeman R. E, 1984, Strategic Manage ve Mishra S., 2010, J Bus Ethics, Orlitzky M., 2003, Organ Stud., Surroca J., 2010, Strategic Manage, Porter M.E., 2006, Harvard Bus Rev., ve Hillman A.J., 2001, Strategic Manage gibi yayınlar yer almaktadır. Bu yayınların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi konulu yayınlar için önemli olduğu ve bir bilgi tabanı oluşturduğu gözlemlenmektedir. Bu yayınlar araştırma konusuyla ilgili makaleler tarafından aynı anda referans kaynağı olarak gösterilmekte olup alanda önem ifade eden yayınlar konumundadır.

Akademik dergilerin ortak atıf analizi incelendiğinde Journal of Business Ethics, Strategic Management, Social Responsibility, Business Soc. dergilerinin kümelerin merkezini oluşturdukları, yüksek ortak atıf değerlerine ve yayınlar tarafından çoğunlukla alıntı yapılan yayınlara sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca bu kümede Journal of Accounting Public, Social Responsibility of Journal, gibi dergiler de yer almaktadır. Bu küme içerisindeki yer alan dergilerde yayımlanan makalelerin, aynı anda benzer referans kaynakları olarak dâhil oldukları söylenebilmektedir. Bu dergilerin alanda yüksek atıf sayılarına sahip oldukları ve otorite sahibi dergiler oldukları görülmektedir. Ulusal veri tabanlarında makaleler yayımlandıkları dergilere göre analiz edildiğinde araştırma konusuyla ilgili en çok makale yayımlayan dergi Muhasebe Bilim Dünyası

Dergisi olarak tespit edilmiştir. Buna ek olarak en çok atıf alan çalışma ise Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma olup aldığı atıf sayısı 25'dir. Bu bağlamda çalışmalarda Türkiye tabanlı kaynaklara atıf sayısı düşük olarak gözlemlenmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans konu başlıklı makale ve tez çalışmaları amaçlarına göre incelemeye alındığında, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performans üzerindeki etkisini incelemek (8) ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemek (14) olarak iki farklı amaca yönelik hazırlandıkları söylenebilmektedir. Türkiye'de yayımlanmış olan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi konu başlıklı makale ve tez çalışmaları arasında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla daha çok makale ve tez çalışması yapılmıştır.

Türkiye'de yayımlanan ilgili konunun araştırıldığı makale ve tez çalışmalarında odak gruplar; BİST (17), Türkiye'de faaliyet gösteren özel ve ulusal ticari bankalar (2), Türkiye KSS açısından beğeni toplayan şirketler (1), Nijerya'da işlem gören bankalar (1) ve S&P Borsa endeksinde işlem gören işletmeler (1) olmak üzere beş farklı odak grup bulunmaktadır. BİST, araştırma konusunda üzerine en çok çalışma yapılan odak grup olduğu tespit edilmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makale ve tez çalışmalarında analizler sonucunda KSS faaliyetlerinin finansal performansa etkisi var (4), KSS faaliyetlerinin finansal performansa etkisi yok (7), ve KSS finansal performans arasında ilişki var (6), KSS ile finansal performans arasında ilişki yok (5) olarak dört farklı sonuç elde edilmiştir. Türkiye'de yapılan bilimsel çalışmalarda KSS faaliyetlerinin finansal performansa etkisinin olup olmadığı araştırılan çalışmalarda etkisinin olmadığı bulguların daha fazla olarak tespit edilmiştir. Türkiye'de yapılan makale ve tez çalışmalarında KSS faaliyetlerinin finansal performansla arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmalarda ise ilişkinin olduğu bulguların makaleler sayı olarak daha fazla tespit edilmiştir.

Öneriler

- Çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi ile ilgili yayın üretiminin belli yazarlar, kurumlar ve ülkeler üzerinde toplandığı görülmüştür. Bunu önlemek için yayın üretiminin daha geniş bir çerçevede yapılması sağlanabilir, çalışmalarda diğer yazarlar, kurumlar ve ülkelerle iş birlikteliğine önem verilebilir.
- Yapılan bilimsel makale çalışmalarının Türkiye adresli sınırlı sayıda belli dergilerde yayımlandığı görülmektedir. Alanın kısıtlı bir çevrede kalmasına sebep olabilecek bu durumun önlenmesi ve alanın uluslararası alanyazında etki gösterebilmesi adına alandaki araştırmacıların uluslararası alanyazında önemli yer edinmiş yurtdışı kaynaklı dergilerde yayın yapmaya çalışmaları önerilebilir.
- Çalışma konusunun geleneksel yayın üretiminden uzaklaşıp yeniliklere açık olması ve yeni bilgiye hızla ulaşması sağlanmalıdır. Bu alanda araştırmacıların multidisipliner çalışmalara daha fazla ağırlık vererek alandaki bilgi birikiminin çeşitlenerek artmasını sağlaması önerilebilir.
- Atıf kaynaklarının analiz edilmesi sonucunda alana kritik etki yapan kaynakların olmadığı, bu nedenle alandaki değişim ve gelişimin sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi ile ilgili çalışmaların gelişime açık hale getirilebilmesi için alandaki araştırmacıların uluslararası alanyazını daha yakından takip ederek gelişen ve değişen alanyazını, alandaki eğilimleri tespit ederek bu doğrultuda araştırmalarına yön vermeleri önerilebilir.
- Bu çalışmada uluslararası veri tabanında sadece WoS veri tabanında indekslenmiş çalışmalar kullanılmış olup yapılacak diğer araştırmalarda bibliyometrik analiz için uygun veri sağlayan Scopus gibi veri tabanları da kullanılabilir, çıkan sonuçlar karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Aguilera, R. V., Rupp D. E. & Williams, C. A. (2007). Putting the s back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organization. *Academy of Management Review*. 32 (3), 836-863. <https://doi.org/10.2307/20159338>
- Akbaş, H. E. (2012). Determinants of bank profitability: An investigation on turkish banking sector. *Öneri Dergisi*, 10(37), 103-110. <http://doi.org/10.14783/od.v10i37.1012000188>
- Akdoğan, N. & Tenker, N. (2010). Finansal tablolar ve mali analiz teknikleri (Göz.gez.bs.). Gazi Kitabevi.
- Akgün, M. (2002). İşletmelerde etkinlik ve nakit çevirme süresi analizi. *İSMMM Mali Çözüm Dergisi*, 60(12), 186-198.
- Aktan, C. C. & Börü, D. (Ed.). (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk: İşletmeler ve sosyal sorumluluk. İGİAD Yayını.
- Aktan, C. C. & Vural, İ. Y. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk: Uluslararası kuruluşlar ve hükümet-dışı organizasyonlar tarafından sürdürülen başlıca girişimler. *Çimento İşveren*, 21(3), 4-21.
- Alkan, F. (2004). İnsan kaynakları yönetiminde sosyal sorumluluk uygulamaları ve kurumsal sosyal sorumluluk ile ilişkisi [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Al-Khatib, M. (2010). Financial performance and its impact on corporate share returns. Amman, Jordan: Dar Al Hamed Publishing and Distribution.
- Alpaslan, A. (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk ve firma performansı arasındaki ilişki: Türk sermaye piyasası üzerine bir inceleme [Yüksek lisans tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi].
- Argüden, Y. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk. Ar-ge Danışmanlık Yayınları.
- Arslan, N. (2019). BİST kurumsal yönetim endeksinde yer alan şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans ilişkisi [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].
- Ateşoğlu, İ. & Türker, A. (2010). Konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerine yaklaşımı: Muğla ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 207-226.

- Avrupa Birliği (2011). What is Csr?. [https:// ec.europa.eu/ growth/ industry/ sustainability /corporate-social-responsibility_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en). Erişim tarihi. 09.12.2020.
- Aydınalp, G. I. (Ed.). (2014). İmaj Üretimi. Nobel Yayınları.
- Balı, S. & Cinel, M.O. (2011). Bir rekabet aracı olarak kurumsal sosyal sorumluluk. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 2(4), 45-60.
- Banerjee, S. B. (2008). Corporate social responsibility: thegood, the bad and the ugly. Critical Sociology, 34(1), 51-79. <https://doi.org/10.1177/0896920507084623>
- Baron, D. (2012). Business and its environment. New Jersey: Prentice Hall.
- Bayrak S. (2001). İř Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk. Beta Yayıncılık.
- Bayraktaroğlu, G., İlter, B. & Tanyeri, M. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluk: Pazarlamada yeni bir paradigmaya doğru. Literatür Yayıncılık.
- Berk, N. (1999). Finansal yönetim. Türkmen Kitabevi.
- Berker, B. (2008). Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri üzerine kuramsal ve uygulamalı bir çalışma [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi].
- Bowen, H. R. (1953). Social responsibilities of the businessman. New York: Harper & Row.
- Brigham, F. & Eugene-Houston, F. J. (2012). Fundamentals of financial management. United states of America: The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers.
- Büyüköztürk, ř., Kılıç Ç., E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, ř. & Demirel, F. (2008). Bilimsel araştırma yöntemleri. Pegem Yayınları.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. Academy of Management Review. 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Caux İlkeleri (t.y.). Principles. <https://www.cauxroundtable.org>. Erişim tarihi: 05.10.2020
- Ceylan, A. & Korkmaz, T. (2008). İşletmelerde finansal yönetim. Ekim Basım Yayın Dağıtım.

- CERES, (t.y.). About us. <https://www.ceres.org>. Erişim tarihi: 05.10.2020
- Çabuk, A. & Lazol, İ. (2012), Mali tablolar analizi. Ekin Yayınları.
- Çelik, A. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmeler ve sosyal sorumluluk: Şirketlerin sosyal sorumlulukları. İGİAD Yayınları.
- Çetiner, E. (2005). İşletmelerde mali analiz, Gazi Kitabevi Yayınları.
- Donaldson, T. (2006). Defining the value of ding good business. Financial Times, September 2-3.
- Develioğlu, K. & Çimen, M. (2012). Örgütsel güvenin kaynağı olarak işletmelerin çalışanlara karşı sosyal sorumlulukları. Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, C (2), 2-142.
- Diñer, D. & Ünsar, A. S. (2014). SA 8000 sosyal sorumluluk standardı: Türkiye’de çocuk işçi istihdamı üzerine bir inceleme. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (40), 1-26.
- Diñer, M. Z., Bayram, A. T. & Bayram, G. E. (2019). ISO 26000 standardı kapsamında türk dünyası ülkeleri konaklama endüstrisinin incelenmesi. Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi, 2(4), 234-248. <https://doi.org/10.35235/uicd.587957>
- Dumanoğlu, S. & Ergül, N. (2010). İMKB'de işlem gören teknoloji şirketlerinin mali performans ölçümü. Muhasebe ve Finansman Dergisi, (48), 101-111.
- Elmas, B. (2016). Finansal tablolar analizi: TMS/TFRS’ye göre kaleme alınmış piyasadan gerçek örnekler üzerinden analizler. Nobel Akademik Yayınları.
- Eren, E. (2013). Stratejik yönetim ve işletme politikası. Beta Yayınları.
- Ergun, Ü. (2003). Tek düzen muhasebe sistemine göre finansal tablolar düzenlenmesi ve analizi, İlkem Ofset.
- Ertuğrul, M. (2009). Finansal performans ölçümünde dönüşümlerin Türkiye Açısından değerlendirilmesi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(1), 19-46.
- Farajollahi F. (2016). Bankacılık sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk açıklamalarının finansal performans üzerindeki etkilerinin incelenmesi: Bist-30’da bir uygulama [Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi].

- Furan, Z. (2019). Trafik güvenliğine yönelik yürütülen sosyal sorumluluk kampanyaları: Konya örneği [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Frankental, P. (2001). Corporate social responsibility- a PR invention? *Corporate communications: An International Journal*, 6(1), 18-23. <https://doi.org/10.1108/13563280110381170>
- Frederick, W. C. (1983). Corporate social responsibility in the Reagan era and beyond. *California Management Review*, 25(3), 145-157. <https://doi.org/10.2307/41165022>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: a stakeholder perspective*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Gibson, C. H. (1992). *Financial statement analysis using financial accounting information*, college division south-western publishing co. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Gürbüz, G. Ataman, B. & Çakıcı C. (2011). *Türkiye finansal raporlama standartları Uygulamaları*. Türkmen Kitabevi.
- Güngör, F. (2016). *Tüketicilerin sosyal sorumluluk kampanyaları sonucunda oluşan inanç, tutum ve satın alma niyetlerine ilişkin farklılıkların sosyal sorumluluk kampanya türleri açısından incelenmesine ilişkin bir araştırma* [Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi].
- Gürel, T. (2010). Kurumsal sosyal sorumlulukta yeni yaklaşımlar ve tartışılan konular. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(3), 111-122.
- Haftacı, V. (2011). *Muhasebe Denetimi*, Umuttepe Yayınları.
- Halıcı, Ali. (2001). *İşletmelerde sosyal sorumluluk stratejileri: Çanakkale ilinde bir çalışma*. Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 7(1), 11-27.
- Hiçşmaz, M. (1977). *Bilanço ve gelir tabloları analizi*. Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını.
- Hoştut, S. (2015). Kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında söylem. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(40). 120-136.
- Ilıç, D. K. (2010). *İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir literatür taraması*. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 10(1), 303-318.

- Karasakal, N. K. (2012). İşletmeler için sosyal sorumluluk Bilincinin yerine getirilmesinde toplam kalite yönetimi yönetim felsefesinin etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2). 157-166.
- Karapınar, A. & Zaif, F. A. (2018). Uluslararası finansal raporlama standartları ile uyumlu finansal analiz. Gazi Kitabevi.
- Kaya, N. (2013). Türkiye'deki ilk 500 büyük imalat firmasının yürüttüğü sosyal sorumluluk projeleri konusunda bir meta değerlendirme [Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi].
- Kısakürek, M. M. & Ayarlıoğlu, M. A. (2007). Endirekt yönetime göre nakit akım tablosunun hazırlanması. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 193-213.
- Korkmaz, S. (2006). Çalışanların işletmelerin sosyal sorumluluklarına ilişkin algılayışlarının değerlendirilmesi ve bir araştırma [Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi].
- Korkmaz, S. (2009). İşletmelerin sosyal sorumlulukları. Umuttepe Yayınları.
- Küçük, S. (2009). Uluslararası işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk: Bulgaristan örneği [Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi].
- Lantos, G. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *The Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-630. <https://doi.org/10.1108/07363760110410281>
- Macit, N. (2020). Bist şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri: Bist 30, Bist 50, Bist 100 endeksleri üzerine karşılaştırmalı bir içerik analizi [Yüksek lisans tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi].
- McWilliams, A. & Siegel, D, S. (2001). Corporate social responsibility: A theory of firm perspective. *Academy of Management Reiew*, (26), 177-127. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4011987>
- Moon, J. (2007). The contribution of corporate social responsibility to sustainable development. *Sustainable development*, 15(5), 296-306. <https://doi.org/10.1002/sd.346>
- Okka, O. (2006). Finansal yönetime giriş. Nobel Yayınevi.

- Okka, O. (2010). Finansal yönetim teori ve çözümlü problemler. Nobel Yayınevi.
- Öberseder M., Schlegelmilch B. B. & Murphy P. E. (2013). CSR Practices and consumer perceptions. *Journal of Business Research*, 66 (10), 1839-1851. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.005>
- Özden, Ü. H., Başar, Ö. D. & Kalkan, S. B. (2012). İMKB’de işlem gören çimento sektöründeki şirketlerin finansal performanslarının vikor yöntemi ile sıralanması. *Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 0 (17), 23-44.
- Öztuna, B. (2017). SA 8000: 2014 Sosyal sorumluluk standardına göre çalışma yaşamının değerlendirilmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2368- 2378.
- Özüpek, N. (2004). Kurum imajında sosyal sorumluluk kuramsal ve uygulamalı bir çalışma [Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Peker, İ. & Baki, B. (2011). Performance evaluation in Turkish insurance sector with grey relationship analysis. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 4(7), 1-17.
- Pelit, E. Keleş, Y. & Çakır, M. (2009). Otel işletmelerinde sosyal sorumluluk uygulamalarının belirlenmesine yönelik bir araştırma: Yönetim ve ekonomi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 19-30.
- Petersen, M. A. & Schoeman, I. (2008). Modeling of banking profit via return-on- assets and return-on-equity. *Inproceedings of the world congress on engineering*, (2), 1-6.
- Pusak, S. (2014). Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk üzerine bir araştırma; şirketlerin periyodik yayınlanan kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının içerik analizi [Yüksek lisans tezi, Çağ Üniversitesi].
- Rahman, S. (2011). Evaluation of definitions: ten dimensions of corporate social responsibility. *World Review of Business Research*, 1(1), 166-176.
- Robbins, S.P. (1994). *Management*. New Jersey. Prentice Hall International Inc.
- Sanduk, A. (2015). Kurumsal sosyal sorumluluk, örgütsel özdeşleşme ve zaman yönelimi arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma [Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi].

- Sarıca, Y. P. S., & Yüksel, E. (2012). Yerel yönetimlerde sosyal sorumluluk projesi uygulaması olarak sosyal hayata katılım: engelsiz yaşam. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3(1), 48-66.
- Schwartz, M.S., & Carroll, A.B. (2003). Corporate social responsibility: A three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503-530. <https://doi.org/10.5840/beq200313435>
- Şamiloğlu, F. & Akgün. İ. (2010). Finansal tablolar analizi. Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Tamer, G. (2019). Kurumsal sosyal sorumluluk. *International Social Science Studies Journal*. 5(31), 1115-1129. <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1303>
- Tayyar, N., Akcanlı, F., Genç, E., & Erem, I. (2014). BİST'e kayıtlı bilişim ve teknoloji alanında faaliyet gösteren işletmelerin finansal performanslarının analitik hiyerarşi prosesi (ahp) ve gri ilişkisel analiz (gia) yöntemiyle değerlendirilmesi. *Journal of Accounting & Finance*, (61), 19-40. <https://doi.org/10.25095/mufad.396447>
- Tilea, D. M., Bleotu, V. & Serban, A. A. M. (2013). Financial reporting through IFRS. *Knowledge Horizons-Economics*. 5(3), 150-153.
- TMS-1(t.y.). Türkiye Muhasebe Standardı 1 (TMS 1) Finansal Tabloların Sunuluşu. <https://kgk.gov.tr>. Erişim Tarihi: 10.11.2020
- TMSK. (2006). Uluslararası finansal raporlama standartları (IFRS/IAS) ile uyumlu Türkiye muhasebe standartları, Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu Yayınları.
- Top, S. & Öner, A (2008). İşletme perspektifinden sosyal sorumluluk teorisinin incelenmesi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 97- 110.
- Torlak, Ö. (2001). Pazarlama ahlakı, sosyal sorumluluklar ekseninde pazarlama kararları ve tüketici davranışları analizi. Beta Basım.
- Torlak, Ö. (2013). Kurumsal sosyal sorumluluk alanları. *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, (ed. Mesude Canan Öztürk), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 32-49.
- Toroslu, M. V. & Durmuş C. N. (2017). Finansal Tablolar Analizi. Seçkin Yayıncılık.
- Tüdeş, T. (2018). Finansal performans analizi: Bist'te işlem gören imalat sanayi sektörü üzerine bir araştırma [Yüksek lisans tezi, Çağ Üniversitesi].
- Türko, M. (1999). Finansal Yönetim. Alfa Yayınları.

- Unglobalcompact (2021). <https://www.unglobalcompact.org/participation>
- Usta, Ö. (2011). İşletme Finansı ve Finansal Yönetim. Detay Yayınevi.
- Ülgen, H. & Mirza, S. K. (2004). İşletmelerde stratejik yönetim. Literatür Yayınevi.
- Van Tendeloo, B. & Vanstraelen, A. (2005). Earning management under German gaap versus IFRS. European Accounting Review. 14(1), 155-180. <https://doi.org/10.1080/0963818042000338988>
- Vural, Z. B. A. & Coşkun, G. (2011). Kurumsal sosyal sorumluluk ve etik. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(1), 61-87.
- Yamak, S. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimi. Beta Yayınları.
- Yazar, Faruk. (2009). KOBİ'ler ve kurumsal sosyal sorumluluk. Müsiad Çerçeve Dergisi, 16 (49), 144-147.
- Yıldırım, A. (2013). Kurumsal sosyal sorumluluk açıklamalarının finansal performans üzerine etkisi: Bist-30'da bir uygulama [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi].
- Yıldız, F. (2013). Numerus: Özgün Muhasebe Soruları. İkinci Sayfa Yayınları.
- Yılmaz, A. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluk yatırım fonları: ülke uygulamaları ve Türkiye'de büyüme potansiyeli [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Yurdakul, M. & İÇ, Y. T. (2003) Türk otomotiv firmalarının performans ölçümü ve analizine yönelik topsis yönetimini kullanan bir örnek çalışma. Gazi Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, 18 (1). 1-18.

EKLER

EK-A. Etik Kurul Onayı

T.C	
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ	
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	
TEZ / ARAŞTIRMA / ANKET / ÇALIŞMA İZİNİ / ETİK KURULU İZİNİ	
TALEP FORMU VE ONAY TUTANAK FORMU	
ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
T.C. NOSU	
ADI VE SOYADI	Aslıhan ŞAHİN
ÖĞRENCİ NO	20186026
TEL. NO.	
E - MAİL ADRESLERİ	
ANA BİLİM DALI	Uluslararası Ticaret ve Pazarlama
HANGİ AŞAMADA OLDUĞU (DERS / TEZ)	Tez
İSTEKDE BULUNDUĞU DÖNEME AİT DÖNEMLİK KAYDININ YAPILIP-YAPILMADIĞI	2020 / 2021 - GÜZ DÖNEMİ KAYDIMI YENİLEDİM.
ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ BİLGİLER	
TEZİN KONUSU	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Finansal Performansa Etkisi Üzerine Yayımlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi
TEZİN AMACI	Bu çalışmanın temel amacı ulusal ve uluslararası veri tabanında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performansa etkisi üzerine yapılan bilimsel çalışmaların bibliyometrik profillerini ortaya çıkarmak ve böylece dünyada yapılan çalışmalara bakarak Türkiye'nin bu alandaki yerini belirlemektir.
TEZİN TÜRKÇE ÖZETİ	Küreselleşmenin etkisiyle işletmeler bir yandan piyasada rekabet etmekte zorluk yaşarken bir yandan da toplumun beklentileri karşılamak zorunda kalmışlardır. Toplumsal sorunlara duyarlı davranmayan işletmelerin yalnızca küresel pazarda değil içinde bulunduğu toplumda da varlığını uzun dönemde sürdürmeleri pek mümkün olmamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı son yıllarda işletmelerin büyümesi ve etki alanlarının genişlemesi neticesinde sorumluluk düzeylerinin artmasına paralel olarak önemi artan bir kavram haline gelmiştir. İşletmelerin tüm çıkar gruplarına yönelik sorumluluklarının artmasıyla kurumsal sosyal sorumluluk kavramı gün geçtikçe önem kazanmıştır. Böylece işletmelerin uzun dönemde piyasada varlıklarını sürdürebilmelerindeki en önemli etkenlerden bir diğeri finansal performans düzeyleridir. Bu çalışma, 2010-2020 yılları arasında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin

	<p>finansal performansa etkisi üzerine yayımlanan makaleleri bibliyometrik olarak incelemek, bilimsel gelişim sürecini ve mevcut durumunu ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla Web of Science, Dergipark ve TR Dizin veri tabanlarında konuyla ilgili makaleler araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Bu veri tabanlarında yer alan makaleler birçok farklı parametrelere göre bibliyometrik analize tabi tutulmuştur.</p>
<p>ARAŞTIRMA YAPILACAK OLAN SEKTÖRLER/ KURUMLARIN ADLARI</p>	
<p>İZİN ALINACAK OLAN KURUMA AİT BİLGİLER (KURUMUN ADI- ŞUBESİ/ MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ)</p>	
<p>YAPILMAK İSTENEN ÇALIŞMANIN İZİN ALINMAK İSTENEN KURUMUN HANGİ İLÇELERİNE/ HANGİ KURUMUNA/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ ALANINA/ HANGİ KONULARDA/ HANGİ GRUBA/ KİMLERE/ NE UYGULANACAĞI GİBİ AYRINTILI BİLGİLER</p>	
<p>UYGULANACAK OLAN ÇALIŞMAYA AİT ANKETLERİN/ ÖLÇEKLERİN BAŞLIKLARI/ HANGİ ANKETLERİN - ÖLÇELERİN UYGULANACAĞI</p>	
<p>EKLER (ANKETLER, ÖLÇEKLER, FORMLAR, V.B. GİBİ EVRAKLARIN İSİMLERİYLE BİRLİKTE KAÇ ADET/SAYFA OLDUKLARINA AİT BİLGİLER İLE AYRINTILI YAZILACAKTIR)</p>	

ÖĞRENCİNİN ADI - SOYADI: Ashhan ŞAHİN		ÖĞRENCİNİN İMZASI: TARİH: 31/ 12/ 2020		
TEZ/ ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRME SONUCU				
1. Seçilen konu Bilim ve İş Dünyasına katkı sağlayabilecektir.				
2. Anılan konu Uluslararası Ticaret ve Pazarlama faaliyet alanı içerisine girmektedir.				
1.TEZ DANIŞMANININ ONAYI	2.TEZ DANIŞMANININ ONAYI (VARSA)	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRÜNÜN ONAYI	A.B.D. BAŞKANININ ONAYI	
Adı - Soyadı: Ahmet Gökhan SÖKMEN	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı: Murat KOÇ	Adı - Soyadı: Hüseyin Mahir FİSUNOĞLU	
Unvanı: Dr. Öğr. Üyesi	Unvanı:	Unvanı: Doç. Dr	Unvanı: Prof. Dr.	
İmzası: Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.	İmzası:	İmzası: Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.	İmzası: Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.	
... / ... / 20....	... / ... / 20....	... / ... / 20....	... / ... / 20....	
ETİK KURULU ASIL ÜYELERİNE AİT BİLGİLER				
Adı - Soyadı: Mustafa BAŞARAN	Adı - Soyadı: Yücel ERTEKİN (Y.) Dr. Öğr. Üyesi Sami DOĞRU	Adı - Soyadı: Deniz Aynur GÜLER	Adı - Soyadı: Ali Engin OBA (Y.) Arş. Gör. Özge ÇETİNER	Adı - Soyadı: Mustafa Tevfik ODMAN
Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.
İmzası: Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.	İmzası: Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.	İmzası: Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.	İmzası: Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.	İmzası: Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.
... /... / 20.....	... /... / 20.....	... /... / 20.....	... /... / 20.....	... /... / 20.....
Etik Kurulu Jüri Başkanı - Asıl Üye	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi
OY BİRLİĞİ İLE	<input checked="" type="checkbox"/>	Çalışma yapılacak olan tez için uygulayacak olduğu Anketleri/Formları/Ölçekleri Çağ Üniversitesi Etik Kurulu Asıl Jüri Üyelerince İncelenmiş olup, 01/11/2020 - 31/12/2020 tarihleri arasında uygulanmak üzere gerekli izin verilmesi taraflarımızca uygundur.		
OY ÇOKLUĞU İLE	<input type="checkbox"/>			
AÇIKLAMA: BU FORM ÖĞRENCİLER TARAFINDAN HAZIRLANDIKTAN SONRA ENSTİTÜ MÜDÜRÜNE ONAYLATILARAK ENSTİTÜ SEKRETERLİĞİNE TESLİM EDİLECEKTİR. AYRICA YAZININ PUNTOSU İSE 12 (ON İKİ) PUNTO OLACAK ŞEKİLDE YAZILARAK ÇIKTI ALINACAKTIR.				