



Araştırma Makalesi
Geliş Tarihi: 11.05.2020
Kabul Tarihi: 26.03.2021

Research Article
Received: 11.05.2020
Accepted: 26.03.2021

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve finansal performans arasındaki ilişki: Büyük mağazacılık sektöründe uygulama^{1*}

Gülbahar Çivi Dişlioğlu²
Bilim Uzmanı
gcivi91@gmail.com
0000-0003-1583-3948

Burcu Aslantaş Ateş
Doç.Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi
burcuates@sdu.edu.tr
0000-0002-8896-5303

ÖZ

Gün geçtikçe işletmeler için önemli hale gelen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için sürdürülebilirlik anlayışına duyarlı olmaları gönüllü olmaktan çıkıp artık zorunluluk haline gelmiştir. Borsa İstanbul'da işlem gören büyük mağazacılık sektörü içerisinde Migros A.Ş. ve Boyner A.Ş. üzerinde çalışılmıştır. Çalışmada Migros ve Boyner işletmelerinin 2010 - 2016 yıllarını kapsayan 7 yıllık süre içerisinde faaliyet raporlarından bağımsız değişken olarak kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları ve bağımlı değişken olarak yıllık gelir tablosu ile bilançodaki hesap kalemlerinden elde edilen finansal oranların sonuçları ele alınarak analizleri gerçekleştirilmiştir. Elde edilen finansal oranlar ile işletmelerin faaliyet raporlarında açıklamış oldukları sosyal sorumluluk faaliyetleri arasındaki ilişkinin ortaya konulabilmesi için Korelasyon Analizi yapılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sayısallaştırılması ile elde edilen sonuçları ve oran analizleri sonuçlarını SPSS 20 (Statistical Packages for Social Sciences) istatistik programı ile analize tabi tutulmuştur. Verilerin analizi sonucunda Migros A.Ş. ve Boyner A.Ş.'nin kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları ile finansal performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamaları, Finansal Performans.

JEL Kodları: M14, G30.

The relationship between corporate social responsibility activities and financial performance: Application in the large store sector

ABSTRACT

Corporate social responsibility activities, which have become important for businesses day by day, has become a necessity for businesses to be sensitive to the understanding of sustainability in order to sustain their existence, rather than being voluntary. In this study, it has been worked on the Migros A.Ş. and Boyner A.Ş. in the large retailing sector which is one of the sectors traded in Borsa Istanbul. In the study, analyzes were carried out by considering the corporate social responsibility statements as independent variables from the activity reports of Migros and Boyner businesses during the 7-year period covering the years 2010-2016 and the results of the annual income statement and the financial ratios obtained from the account items in the balance sheet as the dependent variable. Correlation Analysis was conducted to reveal the relationship between the financial ratios obtained and the social responsibility activities that the enterprises announced in their annual reports. The results obtained by digitizing the corporate social responsibility activities and the ratio analysis results were analyzed with the SPSS 20 (Statistical Packages for Social Sciences) statistical program. As a result of data analysis, it has been determined that there is a significant relationship between Migros A.Ş. and Boyner A.Ş.'s corporate social responsibility statements and financial performance.

Keywords: Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Disclosures, Financial Performance.

JEL Codes: M14, G30.

¹ Bu çalışma 2019 yılında Süleyman Demirel Üniversitesinde Burcu Aslantaş Ateş danışmanlığında Gülbahar Çivi Dişlioğlu tarafından hazırlanan "Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve finansal performans arasındaki ilişki: Büyük mağazacılık sektöründe uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

* Atıf vermek için/To cite: "Dişlioğlu, G. Ç. ve Ateş, B. A. (2021). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve finansal performans arasındaki ilişki: Büyük mağazacılık sektöründe uygulama. *KOCATEPEİİBFD*, 23(1), 74-93. <https://doi.org/10.33707/akuiibfd.735622>

² Sorumlu Yazar/Corresponding Author



Extended Summary

Is there a relationship between Social Responsibility Efforts and Financial Performance? The corporate social responsibility plan of Migros and Boyner businesses of the large retail sector traded in Borsa Istanbul, which is tried to answer this question, has been analyzed together financially.

Businesses have made it a strategy to share their work on corporate social responsibility with the community. In addition to the annual reports that they publish regularly, businesses regularly report their social performance and share it with the community via the internet. Business performance also shows the performance of managers and is explained to the community through financial reports.

The study was primarily aimed at defining corporate social responsibility and financial performance. In this context, information was given about the importance of measurement, the work done to determine the relationship between corporate social responsibility and financial performance. Conclusions about Corporate Social Responsibility activities were included and analyzed. Explanations of which Ways and methods were followed were made.

In this study, first of all, information was given about the Corporate Social Responsibility activities of enterprises. These enterprises are the criteria of Corporate Social Responsibility (human resources, Customer, environment, education, Ethics, corporate governance and Sustainability) related to share data, annual reports and Corporate Social Responsibility reports by examining how much importance is given to the analysis of the time which criteria were used. In the continuation of the study, the method of rate analysis was applied to evaluate financial performance using the financial statements of companies. Rates selected for financial performance analysis; liquidity rates, activity rates, financial structure rates and profitability rates. It is calculated using data obtained from the 7-year financial statements of Boyner and Migros enterprises within BIST. Finally, the results obtained by digitizing Corporate Social Responsibility activities and the results of rate analysis were analyzed by the statistical program SPSS 20 (Statistical Packages for Social Sciences).

The relationship between corporate social responsibility activities and financial performance of Migros A.Ş. has been mostly positive. According to the results, it has been found that the relationship between corporate social responsibility activities and financial performance of Migros A.Ş. is statistically significant. Looking at the corporate social responsibility statements; It was observed that Migros A.Ş. gave information mostly about the customer / consumer variable and at least about the corporate governance category. It has been determined that Migros is a customer / consumer oriented business enterprise, and that there are more active social responsibility activities in corporate social responsibility projects directed towards the external environment, not the company itself. The relationship between Boyner's corporate social responsibility activities and financial performance was mostly negative. According to the results, it was found that the relationship between Boyner A.Ş.'s corporate social responsibility activities and financial performance is not statistically significant. Looking at the corporate social responsibility statements; it is seen that they give information mostly about the human resources category and at least about the corporate governance category. It is seen that Boyner A.Ş. attaches more importance to social responsibility studies for the internal environment of the enterprise.

Although the explanations of enterprises related to social responsibility activities related to customer/consumer, environment, education, ethics, corporate sustainability, corporate governance are important separately, they are all the wishes and expectations of society. Therefore, these issues should not be addressed independently of each other, they should all be considered as responsible business issues.

A significant limitation of the study is the brevity of the period studied and the small number of businesses. It would be appropriate to conduct long-term studies to measure the effects of Corporate Social Responsibility work that have a clearer impact in the long term.

I. Giriş

İçinde bulunduğumuz çağda işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmek için yalnızca kâr elde etmek amacıyla faaliyet göstermeleri yeterli değildir. Gün geçtikçe artan bilgi teknolojilerinin sağladığı yardımlarla işletmeler hakkında istenilen her türlü bilgiye ulaşabilen mal ve hizmet kullanıcıları, işletmelerin topluma fayda sağlamak için yapmış oldukları çalışmalarına daha önem verir duruma gelmişlerdir. Bu nedenle de işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili çalışmalarını toplum ile paylaşmayı strateji haline getirmişlerdir. İşletmeler düzenli bir şekilde yayınladıkları faaliyet raporlarının yanı sıra sosyal performanslarını düzenli bir şekilde raporlamakta ve internet aracılığı ile toplumla paylaşmaktadır.

Peki, paylaşılan bu sosyal sorumluluk çabaları ile finansal performans arasında bir ilişki var mıdır? Soruya cevap verilmeye çalışılan bu çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören büyük mağazacılık sektörüne ait Migros ve Boyner işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal oranları arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Öncelikle kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili temel açıklamalar yapılmıştır ve daha sonrada kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik analizlere yer verilmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun işletme performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda farklı değişkenler ve hesaplamaları kullandıkları görülmektedir.

Wolfe ve Aupperle'e (1991) göre kurumsal sosyal sorumluluğun ölçülmesinin en iyi ve tek bir yolu yoktur. Kurumsal sosyal sorumluluğu ölçmek için birçok yöntem vardır (Waddock & Graves, 1997: 303-319.). Bu yöntemlerden biri de Maignan ve Ferrell'in (2000) sınıflandırdığı; tekli ve çoklu konu göstergeleri, yönetici anketleri ve uzman incelemesi olarak 3 başlık altında topladıkları yöntemdir (Maignan & Ferrell,2000: 283-297).

Kinder, Lydenberg ve Domini ise kurumsal sosyal sorumluluk ölçümlerinde; (KLD) veri tabanı, Fortune indeksi ve Canadian Social Investment Database (CSDI) en çok kullanılan yöntemleri geliştirmişlerdir (Kinder vd. ,1993, s.318). KLD, işletmelerin sosyal sorumluluk göstergelerini 8 sosyal kavramı (toplum ilişkileri, çeşitlilik, kurumsal yönetim, çalışan ilişkileri, çevre, ürün, insan hakları ve işletme katılım derecesi) kapsayarak puanlamaktadır. Fortune itibar endeksi, yönetsel olarak sosyal sorumluluğun araştırılmasına önem verir. Sıkça kullanılan bir diğer yöntem olan CSID, işletmelerin toplum, çeşitlilik, çalışan ilişkileri, çevre, uluslararası çalışmalar, ürün ve iş pratikleri ve kurumsal yönetim alanlarındaki güçlü ve zayıf yönlerinin ortalamalarını ölçmektedir. Bir diğer yöntem ise Maignon ve Ferrel tarafından kurumsal sosyal sorumluluk ölçümü için olan kurumsal vatandaşlık adına geliştirilmiş yöntemdir (Maignan & Ferrell,2000: 283-297).

Bu açıklamalara göre kurumsal sosyal sorumluluğun ölçümü için birçok yöntem kullanılmıştır. Ancak kurumsal sosyal sorumluluğun ölçümü için şuan net bir ölçek yoktur. Kurumsal sosyal sorumluluk açıklamalarının işletme performansı ile ilişkisini inceleyen bu çalışma da kurumsal sosyal sorumluluk verilerinin ölçütleri Küresel Raporlama Rehberi (GRI) (<http://www.sercomconsulting.com/grih.html>, 2019, 3 Haziran) ve Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Beyanı'nda (<http://www.spk.gov.tr/Sayfa/Dosya/67>, 2019, 14 Mayıs) yer alan ölçütlere göre oluşturulmuştur. Bu ölçütler; İnsan Kaynakları, Müşteri, Çevre, Eğitim, Etik, Kurumsal Yönetim, Kurumsal Sürdürülebilirlik olarak belirlenmiştir. Çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk verileri, faaliyet raporlarında belirtilmiş olan sosyal sorumluluk ölçütlerinin sayılması ile elde edilmiştir.

II. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans

Sorumluluk, bir işi üstüne alıp ve o işi yapmak mecburiyetinde olan bir şahıstan beklenen yükümlülüklerdir (Keskin,1985, s.11). TDK' ya göre sorumluluk, "Şahsın kendi davranışlarının ya da otorite alanına giren herhangi bir olayın sonucunu yüklenmesi, sorum, görev"dir (<http://www.tdk.gov.tr/>, 2017, 24 Nisan). Yapılan tanım kapsamında, bireyin sorumluluk alabilmesi için akıl, özgür irade ve otorite kavramlarına sahip olmalıdır. Özetle sorumluluk kavramı, hür ve akıl sahibi olan kişinin hareketlerinden dolayı oluşan sonuçlara, kişinin bu hareketleri yaptığını bilerek üstlenmesidir (Korkmaz, 2009, s.19).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, ifade edilme biçiminden de anlaşıldığı gibi kurumların topluma karşı olan sosyal sorumlulukları olarak ifade edilmektedir. Bazılarına göre sosyal sorumluluklar, sağlık ocağı boyatmak, okul yaptırmak, çocuklara eğitim desteği sağlamak gibi durumlar olarak nitelendirilirken bazılarına göre kurumların ürettikleri ürünlerin içinde sağlığı tehdit etmeyen hammadde kullanımı (örneğin tekstil ürünlerinde kimyasal boya) ile başlayıp, toplumun varlığını, çevreye destek olan iş/hizmet/mal tasarlamak ve üretmek sürecidir. Bununla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk kavramı yakın zamana kadar işletmeler tarafından "olmazsa da olur" bir anlayıştan oluşmuştu ve işletmelerin amacının yalnızca kâr etmek olduğunu düşünen yöneticiler, marka değeri kavramından habersiz olarak gösteriliyordu. Artık işletmenin itibarı, birçok kişi tarafından en büyük sermaye olarak kabul edilmektedir (Gürel Boran, 2011, s.12).

Sosyal bir işletme³, sosyal olmayan bir işletmeden daha iyi midir? Bu neyin daha iyi, neyin daha kötü olarak nitelendirildiğine bağlı bir durumdur. Para kazanmak istenilirse, kârı azami kılmayı amaçlayan bir işletme

³ Nobel Barış Ödülünü alan Prof. Muhammed Yunus tarafından ilk kez tanımlanmıştır. Yunus sosyal işletmeyi, insanlığın en gerekli ihtiyaçlarına hizmet etmek için kurulan kâr payı dağıtmayan bireylerden bağımsız bir işletme

daha iyidir ama insanların sorunları çözülmek istenirse çözüm sosyal işletmelerdir. Kâr odaklı işletmelerin bu görevi sosyal işletmeler kadar iyi yapamadıkları görülmektedir. İnsanların hayatlarını iyileştirmek işletmelerin hedefidir. Bunu başarmanın birçok yolu vardır; sağlık koşullarını düzeltmek, işleri kolay ve ucuz yolla daha hızlı ve etkili şekilde çalışmakla olabildiği gibi duygusal şekilde de yeni tanışma, yeni yerler görebilme, hayattan zevk alabilmelerini sağlayarak yüzlerinde bir gülümse yaratmaktır (Yunus & Weber, çev. Ahmet Nebil Imre, 2010, s.36).

Başka bir ifadeyle; kurumsal sosyal sorumluluk, bir konuda sorumluluk ve davranışların meydana getirdiği veya getirebileceği sonuçlar karşısında nasıl davranılabileceğinin bilincine sahip olmak demektir. Sorumluluk bilinci taşımak, kişiye ve işletmeye güven ile itibar kazandırır. Bu sebeple işletmeler, içinde buldukları topluma karşı sorumluluk bilinciyle faaliyetlerini sürdürerek kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını artırmaktadırlar (Yıldırım, 2013, s.4).

Gönüllülük esasına dayalı kurumsal sosyal sorumluluğun yasalarda yer bulması için sivil toplum örgütlerinin ve toplumun baskıları her geçen gün artmaktadır. Bazı ülkelerin yasal düzenlemeleri bu kavramla ilişkilendirilmiştir (Angay, 2006, s.5) ve birçok ülkede yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Ama kurumsal sosyal sorumluluk paydaşlar, gruplar ve sektörler için farklı anlamlara gelmektedir. Ortak görüş ise küresel ekonomide firmaların, istihdam ve refah konularıyla sonuçlandırmalarının ötesinde oldukları ve bu kavramın firmaların sürdürülebilir kalkınmaya destek niteliğinde olmasıdır. Kısaca, işletmelerin amacı sadece hissedarlara gelir, tüketicilere ürün/hizmet, çalışanlara ücret sağlamak değil; aynı zamanda çevresel sosyal problemlere ve değerlere sahip olmaktır (Ersöz, 2007, s.19).

Kurumsal sosyal sorumluluğu anlamamanın bir yolu "Eğer ortadan kaybolursak insanlar bizi gerçekten özler mi?" sorusudur. Diğer bir yolu ise işletmelerin insanlar için gerçekten ne kadar fark yaratabileceğini düşünmeleridir (Fisk, çev. Evren Yıldırım, 2010, s.33).

İşletmelerde güvenli ve sağlıklı kararlar alınabilmesi, planlama ve denetim görevlerini yerine getirilebilmesi için finansal analiz şarttır (Drake, http://educ.jmu.edu/~drakepp/principles/module2/fin_rat.pdf, 2017, 15 Ocak). Finansal analiz, işletme ilgililerinin hedeflerine uygun olarak, bir veya birden fazla döneme ait finansal tablolarda yer alan verilerin, hem kendi aralarındaki hem de sektörle olan ilişkileri ilişkilerinin çeşitli analiz tekniklerinden faydalanmak şartıyla analiz edilmesi, yorumlanması ve değerlendirme işlemleridir (Arat, 2005, s.75).

İşletme finansmanı disiplininde "İşletmenin finansal performansı nasıl ölçülmelidir?" ya da "işletmenin nihai hedefi nedir?" gibi sorular, yüzyıllardır tartışılan henüz bir anlaşma sağlanamamış en önemli konulardandır. Fakat sürekli olarak bu soru "kârı maksimum kılmak" olarak cevaplanmıştır. Klasik yöntemlere göre finansal performans, mali oranlar, muhasebe kayıtları ve yöntemleri ile ilgili bilgilerle ölçüm yapılarak elde edilir. Bu ölçümlere satış gelirleri, kârlılık, mali değerler, pazar payları ile ilgili uygulamalarla ulaşılır. Muhasebe tabanlı ölçümler, uzun yıllardır finansal performansın ölçüsü olarak baskınlığını korumaktadır (Ertuğrul, 2009, s.19).

Finansal analizlerde en kapsamlı olarak kullanılan metot oran analizidir. Oran analizinin amacı işletmenin finansal durumu ve performansı hakkında, finansal tablo bilgilerini, tablo rakamları ile ya da birbirleri ile ilişkilendirerek daha detaylı bilgi edinmektir (Bolak, 1990, s.23). Bu nedenle, bu çalışmada finansal performans ölçümü için her işletme tarafından düzenli olarak çıkarılan gelir tablosu ve bilanço hesap kalemlerinden elde edilen verilerle hesaplanan oran analizi yapılmıştır.

Oran analizi ile işletmenin likidite durumu, finansal gücü, devir hızı, kârlılığı ve verimlilik değerleri hakkında sağlıklı kararlara ulaşılabilir. Bulunan oranların doğru bir şekilde yorumlanması, işletme tarafından doğru bir karar almak için büyük bir önem taşımaktadır. Bu oran ilişkilerinden yararlanarak istenen herhangi bir işletmenin faaliyet oranlarını, likidite oranlarını, kârlılık oranlarını ve mali yapı oranlarını analiz etmek mümkündür (Farajollahi, 2016, s.49). Bu çalışmada finansal performans analizi için seçilen oranlar; Likidite oranları, faaliyet oranları, mali yapı oranları ve kârlılık oranlarıdır. İşletmelerin finansal oranlarını hesaplamak için bilgiler BIST (www.borsaistanbul.com, 2017, 23 Mart) ve KAP (www.kap.org.tr, 2017, 23 Mart) resmi web sayfasından alınmıştır.

olarak tanımlanmaktadır. İşletmenin elde ettiği kârdan kimse almaz sadece işletme sahibi yalnızca yatırmış olduğu miktarı geri alabilir.

III. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans Arasındaki İlişkiyi Ölçen Çalışmalar

Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ve işletme finansal performansları arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik uluslararası alanda ve Türkiye’de yapılan çalışmalardan bazıları aşağıda özetlenmiştir.

Cochran ve Wood çalışmalarında, sektöre özel kontrol grupları kullanılarak kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Analiz sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasında zayıf pozitif ilişki saptamışlardır (Cochran & Wood, 1984: 56).

Sözbilir ise toplam 106 imalat işletmesi üzerinde anket çalışmasında bulunmuştur. Fakat yalnızca 23 imalat işletmesi geri dönüş yapmıştır. Çalışmada, sosyal sorumluluk ve raporlaması konusunun henüz işletmelerce benimsenmemiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Sözbilir,1985: 147-157).

1987-1992 yıllarını içeren ve 111 işletmenin bilgileriyle faydalandıkları çalışmalarında Stanwick ve Stanwick, kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans ve işletme büyüklüğü arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Bu çalışmaların sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans ve işletme büyüklüğü arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu elde edilmiştir (Stanwick & Stanwick, 1998: 195-204).

Orlitzky, kurumsal sosyal sorumluluk ile işletme büyüklüğü arasındaki ilişkiyi ele almıştır ve çalışmasının sonucunda işletme büyüklüğü ile kurumsal sosyal sorumluluk arasında anlamlı bir ilişki olduğunu elde edememiştir (Orlitzky, 2001: 167-180).

2004-2005 yılları arasında Kanada’da bulunan 179 adet işletmenin verileri yardımıyla kurumsal sosyal sorumluluk ve işletme performansı arasındaki nedensellik ilişkisini inceleyen Makni v.d. , çalışmada değişkenler arasında bir ilişkinin olmadığını yalnızca piyasa değeri ile kurumsal sosyal sorumluluk arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmiştir (Makni v.d.,2008: 409-422).

Udayasankar, kurumsal sosyal sorumluluk ve firma büyüklüğü arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Yapmış olduğu analizin sonucunda küçük ölçekli işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yüksek seviyede olduğunu, orta ölçekli işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk seviyesinin en düşük olduğunu bulmuştur (Udayasankar, 2008: 167-175).

Otomotiv sektöründen iki firma Karsan Otomotiv Sanayi AŞ ve Tofaş Türk Otomobil Fabrikası AŞ’ni ele alan Yılmaz, çalışmasında bu iki firmayı oran analizi yöntemi ile incelemiş, farklılaştıkları noktayı ve benzer yönlerini değerlendirmeye çalışmıştır. Çalışmanın sonucunda da Tofaş’ın daha başarılı olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır (Yılmaz, 2009:130-188).

Cardebat ve Sirven, 2000-2008 yılları arasında 154 adet şirketin verilerini kullanarak kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk ile performans arasında negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Cardebat & Sirven, 2010: 20-27).

Aras ve diğerleri de Ürdün mobil telekomünikasyon şirketlerinde kurumsal sosyal sorumluluk, çalışan katılımı ve örgütsel performans arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Çalışmanın sonuçları ise, kurumsal sosyal sorumluluğun ve çalışan katılımının örgütsel performansla önemli bir pozitif ilişkisi olduğunu ortaya çıkarmıştır (Aras vd. , 2010: 229-254).

2004-2009 yıllarında İMKB 100 endeksinde işlem gören işletmelerin verilerini değerlendiren Kaynar, yaptığı analiz sonucunda kurumsal sosyal sorumlulukla işletmelerin mali performansı arasında pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmiştir(Kaynar, 2011: 107-128).

Arsoy ve diğerleri ise Türkiye’deki 28 işletme üzerinde kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Çalışmada ulaşılan bulgulara göre ise kurumsal sosyal sorumluluğun daha iyi finansal performansa yol açtığını saptamışlardır (Arsoy vd. , 2012: 159-176).

Başar’ın 2010-2012 yılları arasındaki çalışmasında BİST Kimya, Petrol, Plastik Endeksinde yer alan işletmelerin sosyal sorumluluk ölçütleri ile finansal performans ölçütleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir ve çalışmasının sonucunda sektörler açısından finansal performans ile sosyal sorumluluk faaliyetleri arasında ters yönde ilişki olduğu sonucuna varmıştır (Başar, 2014: 60-70).

IV. Veri ve Metodoloji

Çalışmada, Borsa İstanbul’da işlem gören; Büyük mağazacılık sektöründe faaliyet gösteren Migros Ticaret A.Ş ve Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş üzerinde çalışılmıştır. Migros ve Boyner’in kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları ile finansal performansı arasındaki ilişkinin ölçülmesi amaçlanmıştır.

Migros ve Boyner işletmelerinin 2010 - 2016 yıllarını kapsayan 7 yıllık dönem sonu tablolarındaki temel kalemler oran analizine tabi tutulmuştur. Temel finansal oranlar ile işletmelerin faaliyet raporlarında açıklamış oldukları sosyal sorumluluk faaliyetleri arasındaki ilişkinin ortaya konulabilmesi için Korelasyon Analizi yapılmıştır. Çalışmada, işletmelerin faaliyet raporlarının analizi 2010 yılından başlatılmasının nedeni, her iki işletmenin de sosyal sorumluluk faaliyetlerini açıklamalarının başlangıcı için ortak yılın 2010 olmasıdır. Gıda sektöründe bulunan Migros A.Ş.'nin ve tekstil sektöründe faaliyet gösteren Boyner A.Ş.'nin seçilmelerinin sebebi ise sektör farklılığının sonuçlarda nasıl bir etki yaratacağı, iki işletmenin kurumsal sosyal sorumluluğa verdiği önemin derecesi ve bu konudaki faaliyetlerini açıklama yeterliliğini görmek, işletmelerin finansal oranlar ile sosyal sorumluluk faaliyetleri arasındaki ilişkinin farklılaşıp farklılaşmadığı tespit edilmek istenmiştir. Migros ve Boyner işletmelerinin söz konusu olan 7 yıllık süre içerisindeki faaliyet raporlarından kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları; bağımsız değişken olarak alınmış; yıllık gelir tablosu ve bilançodaki hesap kalemleri ile elde edilen finansal oranlar bağımlı değişken olarak analize dâhil edilmiştir. Çalışmada gelir tablosu, bilanço ve faaliyet raporlarının incelenmesinin sebebi; bu raporların her işletme için düzenli olarak her yıl çıkarılan tablolar olmasıdır.

Bu çalışmanın uygulama kısmı üç aşamada gerçekleşmiştir. Birinci aşamada, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetine ilişkin veriler, işletmelerin faaliyet raporlarında belirtilmiş olan sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sayılmasıyla (İnsan Kaynakları, Müşteri, Çevre, Eğitim, Etik, Kurumsal Yönetim ve Kurumsal Sürdürülebilirlik) elde edilmiştir. İşletmelerin sosyal sorumluluk ölçütleri ile ilgili paylaşmış oldukları veriler, faaliyet raporları ve yayımladıkları kurumsal sosyal sorumluluk raporları incelenip, hangi ölçütlerde ne kadar vurgu yapıldığı sayılarak analizde kullanılmıştır.

İkinci kısımda ise, çalışmada işletmelerin finansal tablolarından yararlanılarak, finansal performanslarının değerlendirilmesi için oran analizi yöntemi uygulanmıştır. Finansal performans analizi için seçilen oranlar; Likidite oranları, faaliyet oranları, mali yapı oranları ve kârlılık oranlarıdır. BIST'de yer alan Boyner ve Migros işletmelerinin 2010-2016 yıllarını kapsayan 7 yıllık finansal tablolarından yararlanılarak hesaplanmıştır. İşletmelerin finansal oranlarını hesaplamak için bilgiler BIST (www.borsaistanbul.com, 2017, 23 Mart) ve KAP (www.kap.org.tr, 2017, 23 Mart) resmi web sayfasından alınmıştır.

Son olarak, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sayısallaştırılması ile elde edilen sonuçlar ve oran analizleri sonuçlarını SPSS 20 (Statistical Packages for Social Sciences) istatistik programı ile analize tabi tutulmuştur.

IV.I. Kurumsal Sosyal Sorumluluk İle İlgili Bulgular

İşletmelerin faaliyet raporlarında, Küresel Raporlama Rehberi (GRI) ve Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Beyanında yer alan ölçütlere göre oluşturulan 7 önemli faktörlerle ilgili (insan kaynakları, müşteri/tüketici, çevre, eğitim, etik, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim), vurgulanan cümle sayısı Tablo 1 ve Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 1: Migros A.Ş.'nin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında 2010 - 2016 Yıllarında Açıklamış Oldukları Bilgiler

MİGROS	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kategorileri													
	İnsan Kaynakları		Müşteri/Tüketici		Çevre		Eğitim		Etik		Kurumsal Sürdürülebilirlik		Kurumsal Yönetim	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2010	291	22,5	506	20,4	295	20	598	35,9	71	13,2	11	2,9	22	6,5
2011	199	15,3	560	22,5	83	5,6	187	11,2	56	10,4	29	7,8	38	11,3
2012	215	16,6	256	10,3	271	18,4	228	13,7	65	12,1	37	10,1	42	12,5
2013	154	11,9	253	10,2	140	9,5	142	8,5	79	14,7	44	11,9	36	10,7
2014	160	12,3	340	13,7	270	18,3	214	12,8	81	15,1	59	16,1	47	14,0
2015	102	7,8	283	11,4	121	8,2	150	9,1	83	15,4	65	17,6	58	17,3
2016	172	13,3	280	11,2	291	19,7	145	8,7	101	18,8	123	33,4	92	27,4
TOPLAM	1293	100	2478	100	1471	100	1664	100	536	100	368	100	335	100

Kaynak: Migros A.Ş.'nin Faaliyet Raporlarından derlenerek tablolaştırılmıştır.

Tablo 1 incelendiğinde Migros A.Ş.'nin 2010-2016 yıllarında Küresel Raporlama Rehberi (GRI) ve Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Beyanında; İnsan Kaynakları - Müşteri/Tüketici - Çevre -Eğitim - Etik - Kurumsal Sürdürülebilirlik - Kurumsal Yönetim konularında değindikleri cümle sayıları tabloda belirtilmiştir. Bu cümlelerin 1293 defa yedi yıl boyunca insan hakları ölçütünün hakkında, 2478 defa müşteri/tüketici ölçütünün hakkında, 1471 defa çevre ölçütünün hakkında, 1664 defa eğitim ölçütünün hakkında, 536 defa etik ölçütünün hakkında, 368 defa kurumsal sürdürülebilirlik ölçütünün hakkında, 335 defa kurumsal yönetim ölçütünün hakkında olduğu görülmektedir. Migros A.Ş.'nin en çok müşteri/tüketici ölçütü ile ilgili, en az ise kurumsal yönetim ölçütü ile ilgili bilgiler verdikleri görülmüştür. Migros A.Ş.'nin müşteri/tüketici

odaklı bir ticari işletme olup kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde işletme içinde değil dış çevresine yönelik daha aktif sosyal sorumluluklar çalışmalarının olduğu kanısına varılmıştır.

Tablo 2: Boyner A.Ş'nin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında 2010 - 2016 Yıllarında Açıklamış Oldukları Bilgiler

BOYNER	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kategorileri													
	İnsan Kaynakları		Müşteri/Tüketici		Çevre		Eğitim		Etik		Kurumsal Sürdürülebilirlik		Kurumsal Yönetim	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2010	96	8,8	120	15,1	117	14,4	115	12,1	115	11,3	12	2,3	37	6,7
2011	124	11,4	97	12,2	0	0	165	17,4	174	17,1	14	2,7	45	8,2
2012	185	17,1	95	11,9	215	26,5	0	0	115	11,3	110	21,4	112	20,5
2013	118	10,8	119	14,9	92	11,3	194	20,5	129	12,7	35	6,8	41	7,5
2014	227	20,9	145	18,2	187	23,1	189	19,9	182	17,9	115	22,4	111	20,3
2015	195	17,9	121	15,2	198	24,4	191	20,1	199	19,6	132	25,7	124	22,7
2016	140	12,9	97	12,2	0	0	92	9,7	101	9,9	95	18,5	76	13,9
TOPLAM	1085	100	794	100	809	100	946	100	1015	100	513	100	546	100

Kaynak: Boyner A.Ş'nin Faaliyet Raporlarından derlenerek tablolaştırılmıştır.

Tablo 2 incelendiğinde Boyner A.Ş'nin 2010-2016 yıllarında Küresel Raporlama Rehberi (GRI) ve Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Beyanında; İnsan Kaynakları - Müşteri/Tüketici - Çevre -Eğitim - Etik - Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Yönetim konularında değindikleri cümle sayıları tabloda belirtilmiştir. Bu cümlelerin 1085 defa yedi yıl boyunca insan hakları ölçütünün hakkında, 794 defa müşteri/tüketici ölçütünün hakkında,809 defa çevre ölçütünün hakkında, 946 defa eğitim ölçütünün hakkında, 1015 defa etik ölçütünün hakkında, 513 defa kurumsal sürdürülebilirlik ölçütünün hakkında, 546 defa kurumsal yönetim ölçütünün hakkında olduğu görülmektedir. Boyner A.Ş'nin en çok insan kaynakları ölçütü kategorisiyle ilgili, en az ise kurumsal yönetim ölçütü ile ilgili bilgiler verdikleri görülmektedir. Ayrıca 2011 ve 2016 yıllarında çevre konuları hakkında ve 2012 yılında da eğitim konuları hakkında hiçbir bilgi vermediği görülmektedir.

IV.II. Oran Analizi İle İlgili Bulgular

Analiz tekniklerinden biri olan oran(rasyo) analizi, işletmelerin başarılı bir şekilde yönetilebilmesi için, işletmenin performansı ile uygulanan stratejiler arasında bir ilişki kurulması açısından önemlidir. Başka bir ifadeyle işletmelerin faaliyet göstermiş olduğu alanlardaki başarısı, ancak uygun bir performans analizi ile ölçülebilmektedir (Acar & Mortaş, 2011, s. 87). Oran analizi ile işletmenin finansal gücü, likidite durumu, devir hızları ve karlılığı hakkında açıkça fikir edinilebilir. Finansal tablolarda yer alan mutlak rakamlarla birlikte çeşitli kalemler arasındaki ilişkilerin incelenmesi, işletmenin likiditesini, finansal gücünü, verimliliğini ve karlılığını daha iyi ortaya koyabilmektedir (Usta, 2011, s.108).

Boyner A.Ş ve Migros A.Ş.'nin 2010 ve 2016 yılları için hesaplanmış likidite oranları, faaliyet oranları, mali yapı oranları ve kârlılık oranları Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6' da yer almaktadır.

Tablo 3: Migros A.Ş'nin 2010-2016 Yıllar Arası Faaliyet ve Kârlılık Oranları

MİGROS	Faaliyet Oranları				Kârlılık Oranları			
	Alacak Devir Hızı	Aktif Devir Hızı	Özkaynak Devir Hızı	Net İşletme Sermayesi Devir Hızı	Faaliyet Kârı Oranı	Net Kâr Oranı	Özkaynak Oranı	Toplam Varlıkların Kârlılık Oranı
2010	0,12	1,14	4,72	232,61	0,47	0,01	0,03	0,01
2011	0,08	1,05	4,81	26,28	3,10	-0,03	-0,13	-0,02
2012	0,13	1,15	5,13	194,02	0,61	0,02	0,06	0,01
2013	0,14	1,22	0,08	-18,75	-6,38	-0,06	-0,55	-0,07
2014	0,16	1,45	0,09	-8,23	-14,20	0,01	0,10	0,02
2015	0,18	1,62	0,18	-13,60	-8,49	-0,03	-0,71	-0,06
2016	0,19	1,74	0,04	-14,02	-7,73	-0,02	-1,21	-0,04

Tablo 3'de Migros A.Ş.'nin 2010-2016 yıllar itibariyle faaliyet oranları ve kârlılık oranları görülmektedir. Faaliyet oranları, Migros'un varlıklarının ne kadar etkin kullanıldığını göstermek için hesaplanmıştır. Alacak devir hızı oranı 0,08 - 0,19 aralığında ve ticari alacaklarını tahsil etme kapasitesini göstermektedir. Aktif devir hızı oranı 1,05 -1,74 aralığındadır ve atıl kapasitenin olmadığını, risklerin azlığını göstermektedir. Özkaynak devir hızı oranı 0,04 - 5,13 aralığındadır ve öz kaynaklarını ekonomik ve etkin kullandığını göstermiştir. Net işletme sermayesi devir hızı oranı -18,75 - 232,61 aralığındadır. Kârlılık oranları, Migros'un faaliyet performansını, risk durumunu ve finansal kaldıraçın etkileri hakkında bilgiye ulaşmak için hesaplanmıştır. Faaliyet kârı oranı -14,20 - 3,10 aralığındadır ve yıllar arasında yükselme

eğiliminde olduğu, Migros'un gerçekleştirdiği faaliyetlerinin kârlı olduğuna ulaşılmıştır. Net kâr oranı -0,06 - 0,02 aralığında ve işletmenin net karının, net satışları içerisindeki ağırlığını göstermektedir. Özkaynak oranı -1,21 - 0,10 aralığındadır ve yatırım getirisini göstermektedir. Toplam varlıkların kârlılık oranı -0,07 - 0,02 aralığında olduğu ve yönetimin verimliliği hakkında bilgi vermektedir.

Tablo 4: Migros A.Ş.'nin 2010-2016 Finansal(Mali) Yapı ve Likidite Oranları

MİGROS	Finansal (Mali) Oranları				Likidite Oranları		
	Kaldıraç Oranı	Özkaynak Oranı	Yabancı Kaynakların Özkaynaklara Oranı	Maddi Duran Varlıkların Özkaynaklara Oranı	Cari Oran	Likidite Oranı	Nakit Oran
2010	0,75	0,24	3,13	2,83	1,01	0,58	0,51
2011	0,78	0,21	3,58	3,08	1,13	0,70	0,63
2012	0,77	0,22	3,45	2,94	1,01	0,59	0,55
2013	0,85	0,14	5,98	4,59	0,83	0,47	0,44
2014	0,83	0,16	5,08	4,20	0,63	0,28	0,25
2015	0,91	0,08	10,16	7,21	0,74	0,34	0,30
2016	0,96	0,03	25,27	15,77	0,76	0,37	0,34

Tablo 4'de Migros A.Ş.'nin 2010-2016 yıllar itibariyle finansal(mali) yapı oranları ve likidite oranları görülmektedir. Finansal(mali) yapı oranları, Migros'un uzun vadeli borçlarını ödeyebilme durumunun analizi için yapılmıştır; kaldıraç oranı 0,75 - 0,96 aralığındadır ve finansal riskinin durumunu göstermektedir. Özkaynak oranı 0,03 - 0,24 aralığında ve özkaynaklarla varlıkların etkili kullanılabilirliği hesaplanmıştır. Yabancı kaynakların özkaynaklara oranı 3,13 - 25,27 aralığındadır. Maddi duran varlıkların özkaynaklara oranı 2,83 - 15,77 aralığındadır. Likidite oranları ile Migros'un kısa vadeli borçlarını ödeyebilecek finansal güçte olup olmadığını görebilmek için hesaplanmıştır; cari oranı 0,63 - 1,13 aralığında ve borçlarını ödeme gücünün çok yüksek olmadığı görülmektedir, likidite oranı 0,28 - 0,70 aralığında ve işletmenin stoklara bağımlılığının artmış olduğu görülmektedir, nakit oranı 0,25 - 0,63 aralığında ve anlık borçlarını ödeyebilme gücünün olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Boyner A.Ş.'nin 2010-2016 Yıllar Arası Faaliyet ve Kârlılık Oranları

BOYNER	Faaliyet Oranları				Kârlılık Oranları			
	Alacak Devir Hızı	Aktif Devir Hızı	Özkaynak Devir Hızı	Net İşletme Sermayesi Devir Hızı	Faaliyet Kârı Oranı	Net Kâr Oranı	Özkaynak Oranı	Toplam Varlıkların Kârlılık Oranı
2010	2,12	0,42	1,22	0,68	0,23	0,20	0,25	0,08
2011	1,99	0,48	1,98	0,79	0,21	0,04	0,09	0,02
2012	1,91	0,56	-173,38	0,73	0,02	-0,10	18,21	-0,05
2013	5,02	0,49	5,33	1,16	0,04	0,22	1,20	0,11
2014	8,09	0,77	23,61	1,76	0,05	-0,07	-1,68	-0,05
2015	10,02	0,83	5,51	1,98	0,03	-0,11	-0,61	-0,09
2016	9,74	0,76	25,89	1,54	0,01	-0,13	-3,53	-0,10

Tablo 5'de Boyner A.Ş.'nin 2010-2016 yıllar itibariyle faaliyet oranları ve kârlılık oranları görülmektedir. Faaliyet oranları, Boyner'in varlıklarının ne kadar etkin kullanıldığını göstermek için hesaplanmıştır. Alacak devir hızı oranı 1,91 - 10,02 aralığında ve ticari alacaklarını tahsil etme kapasitesini göstermektedir. Aktif devir hızı oranı 0,42 - 0,83 aralığındadır ve kapasite boşluğunun, risk varlığının olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özkaynak devir hızı oranı -173,38 - 25,89 aralığında ve özkaynaklarının ilk yıllarda verimli kullanılmadığı ulaşılmıştır. Net işletme sermayesi devir hızı oranı 0,68 - 1,98 aralığındadır. Kârlılık oranları, Boyner'in faaliyet performansını, risk durumunu ve finansal kaldıraçın etkileri hakkında bilgiye ulaşmak için hesaplanmıştır. Faaliyet kârı oranı 0,01 - 0,23 aralığında ve gerçekleştirdiği faaliyetlerinin kârlı olup olmadığı hesaplanmıştır. Net kâr oranı -0,13 - 0,22 aralığında ve işletmenin net karının, net satışları içerisindeki ağırlığını göstermektedir. Özkaynak oranı -3,53 - 18,21 aralığındadır ve yatırım getirisini göstermektedir. Toplam varlıkların kârlılık oranı -0,10 - 0,11 aralığında olduğu ve yönetimin verimliliği hakkında bilgi vermektedir.

Tablo 6: Boyner A.Ş'nin 2010-2016 Yıllar Arası Finansal(Mali) Yapı ve Likidite Oranları

BOYNER	Finansal (Mali) Oranları			Likidite Oranları			
	Kaldıraç Oranı	Özkaynak Oranı	Yabancı Kaynakların Özkaynaklara Oranı	Maddi Duran Varlıkların Özkaynaklara Oranı	Cari Oran	Likidite Oranı	Nakit Oran
2010	0,65	0,34	1,90	1,10	1,44	1,14	0,11
2011	0,75	0,24	3,07	1,56	1,03	0,51	0,02
2012	1,01	-0,03	-309,34	-71,84	0,88	0,45	0,03
2013	0,90	0,09	9,83	6,25	0,74	0,37	0,13
2014	0,96	0,03	29,38	16,97	0,57	0,28	0,10
2015	0,84	0,15	5,62	3,83	0,78	0,29	0,04
2016	0,97	0,02	32,76	16,96	0,78	0,35	0,06

Tablo 6'da Boyner A.Ş'nin 2010-2016 yılları itibarıyla finansal(mali) yapı oranları ve likidite oranları görülmektedir. Finansal(mali) yapı oranları, Boyner'in uzun vadeli borçlarını ödeyebilme durumunun analizi için yapılmıştır; kaldıraç oranı 0,65 - 1,01 aralığındadır ve finansal riskinin durumunu göstermektedir. Özkaynak oranı -0,03 - 0,34 aralığında ve özkaynaklarla varlıkların etkili kullanılabilirliği hesaplanmıştır. Yabancı kaynakların özkaynaklara oranı -309,34 - 32,76 aralığındadır. Maddi duran varlıkların özkaynaklara oranı -71,84 - 16,97 aralığındadır, Likidite oranları ile Boyner'in kısa vadeli borçlarını ödeyebilecek finansal güce olup olmadığını görebilmek için hesaplanmıştır; cari oranı 0,57 - 1,44 aralığında ve borçlarını ödeme gücünün çok yüksek olmadığı görülmektedir. Likidite oranı 0,28 - 1,14 aralığında ve işletmenin stoklara bağımlılığının artmış olduğu görülmektedir. Nakit oranı 0,02 - 0,13 aralığında ve anlık borçlarını ödeyebilme gücünün olduğu görülmektedir.

IV. I.I.I. Korelasyon Analizi İle İlgili Bulgular

Korelasyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkinin derecesini, yönünü ve önemini ortaya koyan istatistiksel bir yöntemdir. Çalışmanın bu bölümünde Boyner A.Ş ve Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin açıklamaları ile finansal değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon çözümlemesi yapılmıştır.

Öncelikle parametrik testlerin yapılması için gerekli koşullardan biri olan normallik testi, verilerin normal dağılıma uyup uymadığını görmek amacıyla yapılmıştır. Boyner ve Migros işletmelerinin 2010-2016 yılları arası sosyal sorumluluk faaliyetleri ile işlem değerleri normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Bu nedenle, bu çalışmada verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle, veriler üzerinde parametrik testlerden Pearson korelasyon çözümlemesi yürütülmüştür.

Çalışma bazında kullanılan Pearson korelasyonundan iki değişkenin arasında ilişki olup olmadığının tespit edilmesinde yararlanılmaktadır. Pearson katsayısı (r) harfiyle sembolize edilmekte olup, bağıntının gücünü gösterir. Pearson katsayısı, r-1 ile r+1 arasında değişmektedir ve 1'e yaklaştıkça iki değişken arasındaki ilişkinin gücünün arttığını göstermektedir. x ve y gibi iki değişken arasındaki basit doğrusal korelasyon katsayısını böyle yorumlayabiliriz (Gürsaka, 2012, s.314).

- r = -1 ise tam negatif doğrusal bir ilişki vardır.
- r = +1 ise tam pozitif doğrusal bir ilişki vardır.
- r = 0 ise iki değişken arasında ilişki yoktur.

Çalışmadaki istatistiksel anlamlılık p harfiyle sembolize edilir. İstatistiksel anlamlılık, standart bir %95 güven seviyesi kullanılarak hesaplanır. Bir yanıt seçeneğini istatistiksel anlama sahip olarak gösterdiğimizde, iki değişkenin arasındaki farkın şans eseri ya da yalnız örnekleme hatası sebebiyle gerçekleşmiş olma olasılığı %5'ten azdır; bu da genellikle $p < 0,05$ olarak gösterilir. P değeri $< 0,01$ olursa, değişkenler arasında en fazla %1 gibi fark var demektir. Yani güçlü bir ilişki anlamı vardır. p değeri "0" çıkarsa aradaki ilişki çok çok güçlüdür demektir.

Korelasyon analizleri iki kısımda değerlendirilmiştir. İlk kısımda Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal değişkenleri arasındaki ilişkiler, ikinci kısımda Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal değişkenleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Migros A.Ş'ne Ait Bulgular

Araştırmada incelenen Migros A.Ş 'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin açıklamaları ile finansal değişkenlerin tüm boyutları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen tüm bulgulardan yararlanarak Migros A.Ş 'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile faaliyet oranları, kârlılık oranları, finansal (mali) yapı oranları ve likidite oranları arasındaki ilişkilere yönelik tablolar oluşturulmuştur.

Migros kurumsal sosyal sorumluluk ile faaliyet oranları arasındaki ilişki

Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile faaliyet oranları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen bulgular Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Migros Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Faaliyet Oranları Arasındaki İlişki

MİGROS	Alacak Devir Hızı		Aktif Devir Hızı		Özkaynak Devir Hızı		Net İşletme Sermayesi Devir Hızı	
	r	p	r	p	r	p	r	p
Kurumsal Sosyal Sorumluluk								
İnsan Kaynakları	-0,577	0,067	-0,619	0,051	0,776*	0,012	0,859**	0,003
Müşteri Tüketici	-,0741*	0,018	-0,546	0,081	0,607	0,055	0,313	0,225
Çevre	0,338	0,206	0,211	0,308	0,063	0,441	0,49	0,109
Eğitim	-0,345	0,202	-0,417	0,152	0,551	0,078	0,804**	0,008
Etik	0,926**	0	0,912**	0,001	-0,819**	0,006	-0,489	0,11
Kurumsal Sürdürülebilirlik	0,805**	0,008	0,897**	0,001	-0,695*	0,028	-0,614	0,053
Kurumsal Yönetim	0,744*	0,017	0,868**	0,003	-0,573	0,069	-0,546	0,081

*p<0,05: %5 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %5'tir.

**p<0,01: %1 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %1'dir.

Tablo 7 incelendiğinde Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile faaliyet oranları arasında istatistiksel olarak %5 ve %1 düzeylerinde anlamlı ilişkiler gözlenmiştir. Yalnızca etik konulu faaliyetleri ile alacak devir hızı arasında ve çevre konulu faaliyetler ile faaliyet oranları arasında ilişki olmadığı görülmüştür. Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile faaliyet oranları arasında gözlenen ilişkiler anlamlılık düzeyine göre şöyledir:

p<0,01 düzeyinde:

İnsan kaynakları faaliyetleri ile net işletme sermayesi devir hızı arasında (r=0,859) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Eğitim faaliyetleri ile net işletme sermayesi devir hızı arasında (r=0,804) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik konulu faaliyetleri ile alacak devir hızı arasında (r=0,926) pozitif yönde çok yüksek düzeyde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik konulu faaliyetleri ile aktif devir hızı arasında (r=-0,912) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik konulu faaliyetleri ile özkaynak devir hızı arasında (r=-0,819) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile alacak devir hızı arasında (r=0,805) pozitif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile aktif devir hızı arasında (r=0,897) pozitif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim ile aktif devir hızı arasında ise (r=0,868) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

p<0,05 düzeyinde:

İnsan kaynakları faaliyetleri ile özkaynak devir hızı arasında (r=0,776) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Müşteri tüketici faaliyetleri ile alacak devir hızı arasında (r=-0,741) negatif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile özkaynak devir hızı arasında (r=-0,695) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim ile alacak devir hızı arasında (r=0,744) pozitif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Bu bulgulara dayalı olarak Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile işletme faaliyet oranları arasında güçlü düzeyde ilişkilerin varlığı söz konusu olduğu söylenebilir. Yanı sıra ilişkilerin yönüne dikkat edildiğinde müşteri tüketici faaliyetleri artarken alacak devir hızının düştüğü, etik ve kurumsal sürdürülebilirlik konulu faaliyetler artarken de özkaynak devir hızının düştüğü söylenebilir.

Migros kurumsal sosyal sorumluluk ile kârlılık oranları arasındaki ilişki

Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kârlılık oranları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen bulgular Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8: Migros Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Kârlılık Oranları Arasındaki İlişki

MİGROS	Faaliyet Kârı Oranı		Net Kâr Oranı		Özkaynak Oranı		Toplam Varlıkların Kârlılık Oranı	
	r	p	r	p	r	p	r	p
Kurumsal Sosyal Sorumluluk								
İnsan Kaynakları	0,661*	0,037	0,546	0,081	0,522	0,092	0,638*	0,044
Müşteri/Tüketici	0,565	0,072	0,133	0,377	0,441	0,137	0,379	0,177
Çevre	-0,172	0,342	0,744*	0,017	0,121	0,388	0,615	0,052
Eğitim	0,398	0,164	0,532	0,088	0,5	0,103	0,558	0,075
Etik	-0,733*	0,019	-0,182	0,334	-0,773*	0,012	-0,383	0,174
Kurumsal Sürdürülebilirlik	-0,587	0,063	-0,197	0,32	-0,822**	0,006	-0,375	0,18
Kurumsal Yönetim	-0,463	0,124	-0,146	0,365	-0,814**	0,007	-0,346	0,201

*p<0,05: %5 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %5'tir.

**p<0,01: %1 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %1'dir.

Tablo 8 incelendiğinde Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile faaliyet oranları arasında istatistiksel olarak %5 ve %1 düzeylerinde anlamlı ilişkiler gözlenmiştir. Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kârlılık oranları arasında gözlenen ilişkiler anlamlılık düzeyine göre şöyledir:

p<0,01 düzeyinde:

Kurumsal sürdürülebilirlik ile özkaynak oranı arasında (r= -0,822) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim ile özkaynak oranı arasında (r= -0,814) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

p<0,05 düzeyinde:

İnsan kaynakları ile faaliyet kârı oranı arasında (r=-0,661) negatif güçlü ilişki gözlenmiştir.

İnsan kaynakları ile toplam varlıkların kârlılık oranı (r=-0,638) negatif güçlü ilişki gözlenmiştir.

Çevre ile net kar oranı arasında (r=-0,744) negatif güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik ile faaliyet kârı oranı arasında (r= -0,733) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik ile özkaynak oranı arasında (r= -0,773) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Bu bulgulara dayalı olarak Migros A.Ş'nin etik konulu faaliyetleri arttıkça faaliyet kârı oranı ve özkaynak oranı hakkındaki bilgilendirmelerinin azaldığı, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim konulu faaliyetler artarken de özkaynak oranının azaldığı söylenebilir. İnsan kaynakları ile ilgili faaliyetleri artarken faaliyet kârı oranı ve toplam varlıkların kârlılık oranının arttığı, çevre konulu faaliyetleri de artarken net kâr oranının arttığı tespit edilmiştir. Boyner A.Ş'nin ise kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili bilgilendirmeleri arttıkça kârlılık oranları hakkındaki bilgilendirmelerinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Migros kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal oranları arasındaki ilişki

Migros işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal oranları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen bulgular Tablo 9'da verilmiştir:

Tablo 9: Migros Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Finansal Oranlar Arasındaki İlişki

MİGROS	Kaldıraç Oranı		Özkaynak Oranı		Yabancı Kaynakların Özkaynaklara Oranı		Maddi Duran Varlıkların Özkaynaklara Oranı	
	r	p	r	p	r	p	r	p
Kurumsal Sosyal Sorumluluk								
İnsan Kaynakları	-0,725*	0,021	0,725*	0,021	-0,348	0,199	-0,368	0,185
Müşteri Tüketici	-0,577	0,067	0,577	0,067	-0,396	0,166	-0,403	0,161
Çevre	-0,05	0,454	0,05	0,454	0,239	0,284	0,231	0,291
Eğitim	-0,618	0,051	0,618	0,051	-0,389	0,171	-0,397	0,165
Etik	0,880**	0,002	-0,880**	0,002	0,854**	0,003	0,864**	0,003
Kurumsal Sürdürülebilirlik	0,923**	0,001	-0,923**	0,001	0,944**	0	0,949**	0
Kurumsal Yönetim	0,889**	0,002	-0,889**	0,002	0,945**	0	0,947**	0

*p<0,05: %5 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %5'tir.

**p<0,01: %1 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %1'dir.

Tablo 9 incelendiğinde Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden İnsan kaynakları, etik, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim ile finansal oranlar arasında pozitif ve negatif yönde güçlü ilişkilerin varlığından bahsedilebilir.

Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal oranları arasında gözlenen ilişkiler anlamlılık düzeyine göre şöyledir:

p<0,01 düzeyinde:

Etik ile kaldıraç oranı arasında (r=0,880) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik ile özkaynak oranı arasında (r= -0,880) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik ile yabancı kaynakların özkaynaklara oranı arasında (r=0,854) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik ile maddi duran varlıkların özkaynaklara oranı arasında (r=0,864) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile kaldıraç oranı arasında (r=0,923) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile özkaynak oranı arasında (r= -0,923) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile yabancı kaynakların özkaynaklara oranı arasında (r=0,944) pozitif yönde çok güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile maddi duran varlıkların özkaynaklara oranı arasında (r=0,949) pozitif yönde çok güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim ile kaldıraç oranı arasında (r=0,889) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim ile özkaynak oranı arasında (r= -0,889) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim ile yabancı kaynakların özkaynaklara oranı arasında (r=0,945) pozitif yönde çok güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim ile maddi duran varlıkların özkaynaklara oranı arasında (r=0,947) pozitif yönde çok güçlü ilişki gözlenmiştir.

p<0,05 düzeyinde:

İnsan kaynakları ile kaldıraç oranı arasında (r=-0,725) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

İnsan kaynakları ile özkaynak oranı arasında (r=0,725) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Bu bulgulara dayalı olarak Migros A.Ş'nin insan kaynakları ölçütü ile ilgili bilgilendirmeleri arttıkça kaldıraç oranı azalmakta, etik, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim faaliyetleri ile ilgili bilgilendirmeleri arttıkça da kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında özkaynak oranları hakkındaki bildirimlerinin azaldığı söylenebilir.

Migros kurumsal sosyal sorumluluk ile likidite oranları arasındaki ilişki

Migros işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile likidite oranları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen bulgular Tablo 10'da verilmiştir:

Tablo 10: Migros Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Likidite Oranları Arasındaki İlişki

MİGROS	Cari Oran		Likidite Oranı		Nakit Oran	
	r	p	r	p	r	p
Kurumsal Sosyal Sorumluluk						
İnsan Kaynakları	0,659*	0,038	0,647*	0,041	0,623*	0,049
Müşteri Tüketici	0,628*	0,048	0,613	0,053	0,554	0,077
Çevre	-0,218	0,302	-0,243	0,281	-0,24	0,283
Eğitim	0,381	0,176	0,346	0,2	0,296	0,238
Etik	-0,796**	0,009	-0,814**	0,007	-0,802**	0,008
Kurumsal Sürdürülebilirlik	-0,635*	0,045	-0,655*	0,039	-0,631*	0,047
Kurumsal Yönetim	-0,517	0,095	-0,552	0,078	-0,531	0,088

*p<0,05: %5 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %5'tir.

**p<0,01: %1 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %1'dir.

Tablo 10 incelendiğinde Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden çevre, eğitim ve kurumsal yönetim dışında diğer tüm alanlar ile likidite oranları arasında pozitif ve negatif yönde güçlü ilişkilerin varlığından bahsedilebilir.

Migros A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal oranları arasında gözlenen ilişkiler anlamlılık düzeyine göre şöyledir:

p<0,01 düzeyinde:

Etik ile cari oran arasında (r= -0,796) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik ile likidite oranı arasında (r= -0,814) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Etik ile nakit oran arasında ise (r= -0,802) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

p<0,05 düzeyinde:

İnsan kaynakları ile cari oran arasında (r=0,659) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

İnsan kaynakları ile likidite oranı arasında (r=0,647) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

İnsan kaynakları ile nakit oranı arasında (r=,623) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Müşteri tüketici ile cari oran arasında (r=0,628) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile cari oran arasında (r= -0,635) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir

Kurumsal sürdürülebilirlik ile likidite oranı arasında (r= -0,655) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile nakit oranı arasında (r= -0,631) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Bu bulgulara dayalı olarak Migros A.Ş'nin etik ve kurumsal sürdürülebilirlik ile ilgili olarak kurumsal sosyal sorumluluk raporlarındaki bilgilendirmeleri arttıkça likidite oranlar hakkındaki bilgilendirmelerinin de azaldığı söylenebilir.

Boyner A.Ş'ne Ait Bulgular

Araştırmada incelenen Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal değişkenlerin tüm boyutları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen bulgulardan yararlanılarak Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile faaliyet oranları, kârlılık oranları, finansal oranları ve likidite oranları arasındaki ilişkilere yönelik detay tablolar oluşturulmuştur.

Boyner kurumsal sosyal sorumluluk ile faaliyet oranları arasındaki ilişki

Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile faaliyet oranları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen bulgular Tablo 11'de verilmiştir:

Tablo 11: Boyner Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Faaliyet Oranları Arasındaki İlişki

BOYNER	Alacak Devir Hızı		Aktif Devir Hızı		Özkaynak Devir Hızı		Net İşletme Sermayesi Devir Hızı	
	r	p	R	p	r	p	r	p
Kurumsal Sosyal Sorumluluk								
İnsan Kaynakları	0,492	0,108	0,759*	0,014	-0,198	0,319	0,638*	0,044
Müşteri Tüketici	0,358	0,192	0,295	0,239	0,462	0,125	0,511	0,098
Çevre	0,061	0,443	0,275	0,255	-0,484	0,112	0,229	0,293
Eğitim	0,395	0,166	0,196	0,321	0,801**	0,008	0,518	0,094
Etik	0,31	0,227	0,425	0,147	0,314	0,224	0,534	0,086
Kurumsal Sürdürülebilirlik	0,676*	0,033	0,879**	0,002	-0,226	0,295	0,717*	0,023
Kurumsal Yönetim	0,521	0,093	0,796**	0,009	-0,329	0,213	0,617	0,051

*p<0,05: %5 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %5'tir.

**p<0,01: %1 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %1'dir.

Tablo 11 incelendiğinde Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile faaliyet oranları arasında istatistiksel olarak %5 ve %1 düzeylerinde anlamlı ilişkiler gözlenmiştir. Müşteri-tüketici, çevre ve etik konulu faaliyetleri ile faaliyet oranları arasında ilişki olmadığı görülmüştür.

Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile faaliyet oranları arasında gözlenen ilişkiler anlamlılık düzeyine göre şöyledir:

p<0,01 düzeyinde:

Eğitim faaliyetleri ile özkaynak devir hızı arasında (r=0,801) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile aktif devir hızı arasında (r=0,879) pozitif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim ile aktif devir hızı arasında ise (r=0,796) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

p<0,05 düzeyinde:

İnsan kaynakları faaliyetleri ile aktif devir hızı arasında (r=0,759) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

İnsan kaynakları faaliyetleri ile net işletme sermayesi devir hızı arasında (r=0,638) pozitif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile alacak devir hızı arasında (r= 0,676) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile net işletme sermayesi devir hızı arasında (r=0,717) pozitif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Bu bulgulara dayalı olarak Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile işletmenin faaliyet oranları arasında hep pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Boyner kurumsal sosyal sorumluluk ile kârlılık oranları arasındaki ilişki

Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kârlılık oranları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen bulgular Tablo 12'de verilmiştir:

Tablo 12: Boyner Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Kârlılık Oranları Arasındaki İlişki

BOYNER	Faaliyet Kârı Oranı		Net Kâr Oranı		Özkaynak Oranı		Toplam Varlıkların Kârlılık Oranı	
	r	p	r	p	r	p	r	p
Kurumsal Sosyal Sorumluluk								
İnsan Kaynakları	-0,606	0,56	-0,740*	0,018	0,187	0,329	-0,700*	0,027
Müşteri Tüketici	-0,043	0,46	0,172	0,342	-0,409	0,157	0,123	0,386
Çevre	-0,354	0,195	-0,229	0,293	0,506	0,1	-0,205	0,313
Eğitim	0,129	0,38	0,301	0,235	-0,751*	0,016	0,247	0,277
Etik	0,045	0,458	-0,234	0,288	-0,298	0,237	-0,227	0,295
Kurumsal Sürdürülebilirlik	-0,808**	0,008	-0,849**	0,004	0,187	0,329	-0,852**	0,004
Kurumsal Yönetim	-0,668*	0,035	-0,836**	0,005	0,294	0,24	-0,819**	0,006

*p<0,05: %5 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %5'tir.

**p<0,01: %1 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %1'dir.

Tablo 12 incelendiğinde Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden insan kaynakları, eğitim, kurumsal sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim ile kârlılık oranları arasında istatistiksel olarak %5 ve %1 düzeylerinde anlamlı ilişkiler gözlenmiştir. Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk alanları ile kârlılık oranları arasında gözlenen ilişkiler anlamlılık düzeyine göre şöyledir:

p<0,01 düzeyinde:

Kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri ile faaliyet kârı oranı arasında (r= -0,808) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile net kâr oranı arasında (r= -0,849) negatif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile toplam varlıkların kârlılık oranı arasında ise (r= -0,852) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim faaliyetleri ile net kâr oranı arasında (r= -0,836) negatif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim faaliyetleri ile toplam varlıkların kârlılık oranı (r= -0,819) negatif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

p<0,05 düzeyinde:

İnsan kaynakları faaliyetleri ile net kâr oranı arasında (r= -0,740) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

İnsan kaynakları faaliyetleri ile toplam varlıkların kârlılık oranı arasında (r= -0,700) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Eğitim ile özkaynak oranı arasında (r= -0,751) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal yönetim faaliyetleri ile faaliyet kârı oranı arasında (r= -0,668) negatif yönde güçlü ilişkiler gözlenmiştir.

Bu bulgulara dayalı olarak Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile işletmenin kârlılık oranları arasında ters yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili bilgilendirmeleri arttıkça kârlılık oranları hakkındaki bilgilendirmelerinin azaldığı söylenebilir.

Boyner kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal oranları arasındaki ilişki

Boyner işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal oranları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen bulgular Tablo 13'de verilmiştir:

Tablo 13: Boyner Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Finansal Oranlar Arasındaki İlişki

BOYNER	Kaldıraç Oranı		Özkaynak Oranı		Yab. Kayn. Özkayn. Oranı		Mad. Dur. Varl. Özkayn. Oranı	
	r	p	r	p	r	p	r	p
Kurumsal Sosyal Sorumluluk								
İnsan Kaynakları	0,629*	0,047	-0,628*	0,048	-0,227	0,294	-0,156	0,356
Müşteri Tüketici	-0,064	0,44	0,076	0,429	0,456	0,128	0,481	0,114
Çevre	0,271	0,258	-0,281	0,25	-0,489	0,109	-0,472	0,119
Eğitim	-0,31	0,227	0,33	0,213	0,812**	0,007	0,791**	0,01
Etik	-0,139	0,371	0,147	0,364	0,317	0,222	0,299	0,236
Kurumsal Sürdürülebilirlik	0,717*	0,023	-0,716*	0,023	-0,259	0,268	-0,183	0,332
Kurumsal Yönetim	0,611	0,054	-0,614	0,053	-0,357	0,193	-0,297	0,238

*p<0,05: %5 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %5'tir.

**p<0,01: %1 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %1'dir.

Tablo 13 incelendiğinde Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden müşteri/tüketici, çevre etik ve kurumsal yönetim ile finansal oranları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olmadığı görülmüştür.

Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal oranları arasında gözlenen ilişkiler anlamlılık düzeyine göre şöyledir:

p<0,01 düzeyinde:

Eğitim faaliyetleri ile yabancı kaynakların özkaynaklara oranı arasında (r= 0,812) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Eğitim faaliyetleri ile maddi duran varlıkların özkaynaklara oranı arasında ($r=0,791$) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

$p<0,05$ düzeyinde:

İnsan kaynakları ile kaldıraç oranı arasında ($r=0,629$) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

İnsan kaynakları ile özkaynak oranı arasında ($r= -0,628$) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile kaldıraç oranı arasında ($r= 0,717$) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik özkaynaklara oranı arasında ($r= -0,716$) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Bu bulgulara dayalı olarak Boyner A.Ş'nin insan kaynakları ve kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri artarken özkaynak oranının azaldığı söylenebilir. İnsan kaynakları ve kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri ile kaldıraç oranı arasında ise doğrudan ilişki vardır. Eğitim faaliyetleri arttıkça yabancı kaynakların özkaynaklara oranı ve maddi duran varlıkların özkaynaklara oranı da artmaktadır.

Boyner kurumsal sosyal sorumluluk ile likidite oranları arasındaki ilişki

Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile likidite oranları arasındaki ilişkilere yönelik elde edilen bulgular Tablo 14'de verilmiştir:

Tablo 14: Boyner Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Likidite Oranları Arasındaki İlişki

BOYNER	Cari Oran		Likidite Oranı		Nakit Oran	
	r	p	r	p	r	p
Kurumsal Sosyal Sorumluluk						
İnsan Kaynakları	-0,713*	0,024	-0,658*	0,038	-0,252	0,274
Müşteri Tüketici	-0,275	0,255	-0,056	0,448	0,641*	0,043
Çevre	-0,211	0,308	-0,109	0,398	0,054	0,449
Eğitim	-0,273	0,256	-0,236	0,287	0,377	0,179
Etik	-0,346	0,201	-0,401	0,162	-0,245	0,279
Kurumsal Sürdürülebilirlik						
Kurumsal Sürdürülebilirlik	-0,683*	0,031	-0,665*	0,036	-0,3	0,235
Kurumsal Yönetim						
Kurumsal Yönetim	-0,59	0,062	-0,59	0,062	-0,404	0,161

* $p<0,05$: %5 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %5'tir.

** $p<0,01$: %1 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmaktadır. En fazla fark %1'dir.

Tablo 14 incelendiğinde Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden çevre, eğitim, etik ve kurumsal yönetim ile likidite oranları arasında istatistiksel bir anlamlılık bulunmamıştır.

Boyner A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile likidite oranları arasında gözlenen ilişkiler anlamlılık düzeyine göre şöyledir:

$p<0,05$ düzeyinde:

İnsan kaynakları ile cari oranı arasında ($r= -0,713$) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

İnsan kaynakları ile likidite oranı arasında ($r= -0,658$) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Müşteri/Tüketici faaliyetleri ile nakit oranı arasında ($r=0,641$) pozitif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik cari oranı arasında ($r= -0,683$) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile likidite oranı arasında ($r= -0,665$) negatif yönde güçlü ilişki gözlenmiştir.

Bu bulgulara dayalı olarak Boyner A.Ş'nin ilişkilerin yönüne dikkat edildiğinde insan kaynakları ve kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri artarken cari oran ve likidite oranların azaldığı söylenebilir. Müşteri/Tüketici ölçütü ile nakit oranı arasında ise pozitif yönde bir ilişki vardır ve Müşteri/ Tüketici faaliyetleri artarken nakit oranında arttığı söylenebilir.

V. Sonuç

İşletmelerin hedefi ürün ve hizmet üretmek ve yaşamlarını sürdürebilmektir. Ama toplum, işletmelere farklı görev ve sorumluluklar yüklemiştir. İşletmelerin uzun sürede varlıklarını sürdürebilmesi ve tercih edilebilir bir konuma sahip olması toplumun istek ve beklentilerine cevap verebilmesine bağlıdır.

İşletmelerin gücü ancak güçlü toplumların büyüyüp gelişmesiyle orantılıdır. Toplumun refahını artıracak her türlü hareket, toplum tarafından işletmeler yönlendirilerek bir talep potansiyeli oluşacaktır. Böylece

işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk duyarlılığı zamanla işletmelerin varlıklarının sürdürülmesinde stratejik bir durum yaratacaktır.

Çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören; Migros Ticaret A.Ş ve Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş'nin kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları ile finansal performansı arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

Çalışmada ilk olarak Migros A.Ş ve Boyner A.Ş, 2010 - 2016 yıllarını kapsayan dönem sonu tablolarındaki finansal verilerden yararlanarak faaliyet oranları, kârlılık oranları, mali yapı oranları ve likidite oranları hesaplanmıştır.

İkinci olarak işletmelerin sosyal sorumluluk ölçütleri ile ilgili paylaşmış oldukları veriler, faaliyet raporları ve yayımladıkları kurumsal sosyal sorumluluk raporları incelenip, hangi ölçütlere ne kadar vurgu yapıldığı sayılmıştır.

Son olarak ise finansal oranlar ve kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Çalışmada bağımsız değişkenler (kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları) ile bağımlı değişkenler (finansal oranlar) arasındaki ilişkinin araştırılması için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır.

İnsan kaynakları bir işletmedeki en değerli sermayedir. İnsan kaynakları değişkeni ile ilgili yapılan açıklamaların Migros A.Ş'nin finansal oranlar ile ilişkisi çoğunlukla pozitifdir. Boyner A.Ş'nin ise insan kaynakları değişkeni ile ilgili yapılan açıklamalarla finansal oranları arasındaki ilişkisi ise çoğunlukla negatiftir. Bununla birlikte Migros'un insan kaynakları değişkeni ile ilgili yapılan açıklamalarının oransal olarak hesaplamalarında beşinci sırada, Boyner'in insan kaynakları değişkeni ile ilgili yapılan açıklamalarının oransal olarak hesaplamalarında ise dördüncü sıradadır. Bu sonuca göre, Migros A.Ş insan kaynakları değişkeni ile ilgili sosyal sorumluluk çalışmalarının açıklamalarında yeterli bilgi vermemesine rağmen finansal oranları ile pozitif ilişkisinin bulunması Migros'un başarılı olduğunu gösterebilir.

Müşteri/tüketici değişkeni ile ilgili yapılan açıklamaların Migros A.Ş ve Boyner A.Ş'nin finansal oranlar ile ilişkisi aynı düzeyde pozitif etkiye sahiptir. Toplumun en çok önem verdiği tüketici konusu, Migros'un kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında yaptığı açıklamalarının oransal olarak hesaplamalarında birinci sırada, Boyner'in kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında yaptığı açıklamalarında ise beşinci sırada yer almaktadır. Bu sonuca göre, Boyner A.Ş'nin müşteri/tüketici değişkeni ile ilgili sosyal sorumluluk çalışmalarının yeterli olmamasına rağmen finansal performansına etkisinin olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çevre ile ilgili yapılan açıklamalar incelendiğinde Migros'un faaliyet kârı, kaldıraç oranı ve likidite oranları hariç tüm finansal oranlarla pozitif ilişkiye sahip olduğu bulunmuştur. Boyner'in ise çevre ile ilgili yapılan açıklamaları ile alacak devir hızı, aktif devir hızı, nakit oran, net işletme sermayesi, özkaynak ve kaldıraç oranları arasında pozitif ilişkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, incelenen işletmelerin çevreye duyarlı olduklarını ve önem verdiklerini göstermektedir.

Eğitim ile ilgili yapılan açıklamaları ile Migros ve Boyner'in finansal oranları arasında çoğunlukla pozitif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre, her iki işletmenin de eğitime verdiği önemin derecesinin çok fazla olduğu anlaşılmaktadır.

Etik ile ilgili yapılan açıklamalara bakıldığında Migros'un finansal oranları ile etik açıklamaları ilişkisinin genellikle negatif, Boyner'in ise genellikle pozitif olduğu görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları kapsamında oransal olarak hesaplamalarında etik değişkeninin yeri ise Boyner'de ikinci sırada Migros'un ise beşinci sıradadır. Etiksel işletme bilincine Migros'a göre Boyner'in daha çok sahip olduğu söylenebilir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile ilgili yapılan açıklamalar incelendiğinde Migros ve Boyner'in finansal oranlarla ilişkisinin çoğunlukla negatif olduğu görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları kapsamında kurumsal sürdürülebilirlik değişkeninin yüzdelik oranına göre diğer değişkenler arasında son sırada olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre bu konudaki açıklamaları yetersizdir ve işletme içindeki sürdürülebilirlik dinamiklerinin neler olduğu ve sürdürülebilirlik yolunda nasıl kullanılabileceği çalışmaları hakkında açıklamalarında yeterli bilgi verilmemiştir.

Kurumsal yönetim daha çok işletmelerin kurumsal seviyesindeki faaliyet ve kararlar ile ilgili bir kavramdır. Kurumsal yönetim ile ilgili yapılan açıklamaları ile Migros ve Boyner'in finansal oranlarla ilişkisi genellikle negatiftir. Kurumsal yönetim konusunda, iki işletmenin de sosyal sorumluluk açıklamaları ile ilgili yeterli veri paylaşmadığı görülmüştür. Bu sonuca göre işletme için diğer açıklama değişkenlerine göre çok önemli

bulunmadığı görülmektedir. Yatırımcıların kararlarında bu açıklamaları ile yetersiz bilgiye sahiptirler ve yardımcı olamamaktadırlar.

İşletmeler, toplum tarafından kabul edildikleri sürece varlıklarını uzun sürede devam ettirebileceklerini unutmamalı, toplumsal konulara daha duyarlı olmalı, talep edilenleri çözüme kavuşturup uygulanabilecek yöntemler geliştirmelidirler.

İşletmelerin müşteri/tüketici, çevre, eğitim, etik, kurumsal sürdürülebilirlik, kurumsal yönetim konularında sosyal sorumluluk çalışmalarıyla ilgili açıklamaları ayrı ayrı önemli olsa da bunların hepsi toplumun istek ve beklentisidir. Bu nedenle söz konusu konular birbiriyle bağımsız düşünülmemeli hepsi sorumluluk bilincine sahip işletmeciliğin konusu olarak görülmelidir.

Kurumsal sosyal sorumluluğu içeren çalışmaların uzun sürede getirilerinin de düşünülerek maliyetlerine katlanılması, yalnızca sosyal sorumluluk çalışmalarının bazı kuralları yerine getirmek için yapılması, bu çalışmaların işletmelerin ve toplumun uzun vadede yararına olacağı unutulmamalıdır.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı: Literatür kısmı Gülbahar Çivi Dişlioğlu tarafından araştırılmış ve uygulama kısmının analizleri yapılmıştır. Çalışmada yönlendirmeler, kontrolü ve incelenmesi hataların düzeltilmesi danışman Doç. Dr. Burcu Aslantaş Ateş tarafından yapılmıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Tez çalışmamda planlanmasında, araştırılmasında, yürütülmesinde ve oluşumunda ilgi ve desteğini esirgemeyen, yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren sayın danışmanım; Doç. Dr. Burcu Aslantaş Ateş'e, Tüm çalışmam süresince bütün zorlukları benimle göğüsleyen hayat arkadaşım Armağan Dişlioğlu'na, en içten duygularıyla teşekkürü bir borç bilirim.

Çatışma Beyanı: Yazarlar, kendileri ve üçüncü taraflar açısından herhangi bir çıkar çatışmasının olmadığını beyan etmişlerdir.

Etik Kurul Raporu Gerekliliği Beyanı: Bu çalışmada, gerekli bilgilere ve finansal tablolara kamuya açık Kamuyu Aydınlatma Platformu'ndan (KAP) ulaşılmıştır. İşletmeler, halka açık bilgiler olduğu için izne gerek olmadığını belirtmişlerdir.

Kaynakça

- Acar, D. & Mortaş, M. (2011) , “İşletmelerin Hesap Verebilirlikleri İle Performans Oranları İlişkisi: İMKB30 Endeksinde Yer Alan İşletmeler Üzerine Bir Araştırma” KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 13 (21), 85-94.
- Angay, B.(2006), Halka Açık Şirketlerde Sosyal Raporlama ve Türkiye Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Arat, M.E. (2005), Finansal Analiz Aracı Olarak Oranlar İlkeler & Oranlar, Marmara Üniversitesi Nihad Sayar Eğitim Vakfı, Yayılım Matbaası.
- Aras, G., Aybars,A. & Kutlu, Furtuna,Ö. (2010), “Managing Corporate Performance: Investigating the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performancein Emerging Markets”, International Journal of Productivity and Performance Management, 59(3), 229-254.
- Arsoy, A. P. , Ö.Arabacı & A. Çiftçioglu (2012), “Corporate Social Responsibility And Financial Performance Relationship: The Case Of Turkey”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, 18(53), 159-176.
- Başar, B. (2014), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul’da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma”, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 21(2), 60-70.
- Bolak, M. (1990), Finansman, İstanbul Teknik Üniversitesi Yayınevi
- Boran, T.G. (2011), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Beta Yayınları.
- Cardebat, J.M. & Sirven N. (2010), “What corporate social responsibility reporting adds tofinancial return?” ,Journal of Economics and International Finance, 2(2), 20-27.
- Cochran, P. L. & Wood, R.A. (1984), “Corporate Social Responsibility and Financial Performance”, Academy of Management Journal, 27(1), 42-56.
- Drake, P.P.(2017, 15 Ocak) , Financial Ratio Analysis, http://educ.jmu.edu/~drakepp/principles/module2/fin_rat.pdf
- Ersöz, H. Y. (2007), Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları, İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- 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 Açıklamalarının Finansal Performans Üzerindeki Etkilerinin İncelemesi: BIST-30’da Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Fısk, P. (2010), Sürdürülebilir Büyüme, çev. Evren Yıldırım, MediaCat Kitapları.
- Gürsakar, N. (2012), Betimsel İstatistik: İstatistik 1,Dora Yayınları.
- Kaynar, B. (2011), Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışına Dayalı Sosyal Raporlamann İşletme Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye Uygulaması, Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Keskin, G. (1985), İşletmelerin Sosyal sorumlulukları Kuram ve Bazı İş Örgütlerinde Bir Uygulama, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Kinder, Peter D. , S. D. Lydenberg & A. L. Domini (1993), Making Money While Being Socially Responsible, Harper Business, 18(1)
- Korkmaz, S. (2009), İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları, Umut tepe Yayınları.
- Maignan, I. & O. C. Ferrell (2000), “Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France”, Journal of Business Ethics, 23(3).
- Makni, R., Francoeur, C. & Bellavance F. (2008), “Causality Between Corporate Social Performance and Financial Performance: Evidence from Canadian Firms”, Journal of Business Ethics, 89(1).
- Orlitzky, M.(2001), “Does Firm Size Confound the Relationship Between Corporate Social Performance and Firm Financial Performance?”, Journal of Business Ethics, 33(2).

- Sözbilir, H. (1985), "Genişletilmiş Sosyal Muhasebe Yönetiminin Halka Açık Bir Şirkette Uygulanması", Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3(2).
- Stanwick, P. A. & S. D. Stanwick (1998), "The Relationship Between Corporate Social Performance and Organizational Size", Financial Performance, and Environmental Performance: An Empirical Examination, Journal of Business Ethics, 17(2).
- Udayasankar, K. (2008), "Corporate Social Responsibility and Firm Size", Journal of Business Ethics, 83(2).
- Usta, Ö.(2011), İşletme Finansı ve Finansal Yönetim, Detay Yayınevi.
- Waddock, S. A. & Samuel B. Graves (1997), "The Corporate Social Performance-Financial Performance Link", Strategic Management Journal, 18(4).
- Yıldırım, A. (2013), Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamalarının Finansal Performans Üzerine Etkisi: BIST-30'da Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Yılmaz, U. (2009), İşletmelerde Oran Analizi Yoluyla Finansal Performans Ölçümlenmesi ve Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Yunus, M. & Weber, K. (2010), Sosyal İşletme Kurmak, çev. Ahmet Nebil İmre, Doğan Egmont Yayıncılık.
- www.borsaistanbul.com, (2017, 23 Mart)
- www.kap.org.tr, (2017, 23 Mart)
- www.tdk.gov.tr/, (2017,24 Nisan)
- www.spk.gov.tr, (2019, 14 Mayıs)
- www.sercomconsulting.com, (2019, 3 Haziran)