

BİST 30 ŞİRKETLERİN BAĞIŞ MİKTARININ PANEL VERİ ANALİZİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ

EXAMINATION OF BIST 30 COMPANIES' DONATION AMOUNT BY PANEL DATA ANALYSIS METHOD

Süleyman BAYRAKCIOĞLU*, Osman ŞENOL**

* Arş. Gör. Süleyman Demirel Üniversitesi, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman ABD, suleymanbayrakcioglu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3993-6696

** Arş. Gör. Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, osmansenol@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5626-2921

ÖZ

Şirketler farklı ekonomik ve sosyal nedenlerde bağışlar yapabilmektedir. Çalışmanın amacı BİST 30 endeksinde yer alan şirketlerin sosyal sorumluluk harcamalarının (bağışların) seviyesinin şirkete özgü finansal beş faktör; hasılat, dönem net kârı, aktif büyüklüğü, öz kaynak toplamı, işletme faaliyetlerinden nakit akışları ile ilişkili olup olmadığını ampirik olarak test etmektir. Bu amaç doğrultusunda BİST 30 endeksinde yer alan 26 şirketin 2012-2020 yılları arasındaki verilerini kullanarak panel veri analizi ile incelenmiştir. İşletme faaliyetlerinden nakit akışları değişkeni istatistiki olarak anlamlı olmamakla birlikte bütün değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bağış miktarı üzerinde etki derecesi en yüksek olan değişken hasılat değişkenidir. Hasılat miktarlarında % 1'lik bir artışın olması durumunda bağış miktarında %0.20'lik bir artışın olabileceği öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Bağışlar, KSS Harcamaları, BİST, Panel Veri Analizi.

Jel Kodları: G35, M49.

ABSTRACT

Companies can make donations for different economic and social reasons. The aim of the study is to determine the level of social responsibility expenditures (donations) of companies in the BIST 30 index based on five company-specific financial factors; It is to empirically test whether it is related to revenue, net profit for the period, asset size, total equity, cash flows from operating activities. For this purpose, the data of 26 companies in the BIST 30 index between the years 2012-2020 were examined by panel data analysis. Although the variable of cash flows from operating activities is not statistically significant, it has been determined that all variables have an effect on the dependent variable. The variable with the highest effect on the donation amount is the revenue variable. In case of an increase of 1% in the amount of revenue, it is predicted that there may be an increase of 0.20% in the amount of donations.

Keywords: Corporate Donations, CSR Expenditures, BIST, Panel Data Analysis.

Jel Codes: G35, M49.

1. GİRİŞ

Günümüzde işletmelerin yapmış oldukları sosyal sorumluluk harcamalarının (bağışların) yatırımcılar nezdindeki önemi giderek artmaktadır. Bu harcamalarda işletmeler vergi avantajı sağlama, belirli hedef kitlelerin değerlendirmelerini etkileme ve daha birçok farklı sebeple bu faaliyetlerini artırma ihtiyacı hissetmektedirler (Akmeşe ve Aras, 2016, s. 919). Şirketlerin yapmış oldukları sosyal sorumluluk harcamaları, kısa vadede kâr elde etmenin ve hissedarların menfaatlerinin maksimizasyonunun çok ötesinde uzun vadeli çabalaradır (Adams ve Hardwick, 1998, s. 643).

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramının gelişimini ele aldığımızda Birleşik Devletler’de tartışılmaya başlanması 1930’lara dayanmaktadır. Bunun yanında endüstri devriminin başlangıcına dek giden bir gelişim süreci söz konusudur. 1929 Büyük Buhranı ve İkinci Dünya Savaşı ile sekteye uğrayan KSS uygulamaları ve tartışmaları yarım yüzyıllık bir süreçte evrilerek güncü halini almıştır. Şirketlerin toplumsal sorumlulukları 1950’lerden bu yana tartışılmış, 1960’lar ve 1970’ler boyunca şirketlerin toplumsal sorumluluklarının sınırlarını belirlemeye çalışılmıştır (Deren van Het Hof, 2009, ss. 7-9).

Davis (1960, s. 70) sosyal sorumluluk kavramı için kısmen de olsa şirketlerin doğrudan ekonomik veya teknik çıkarlarının ötesindeki nedenlerle alınan kararlarına ve eylemlerine atıfta bulunmuştur. Frederick (1960) şirketlerin yalnızca hissedarların çıkarlarını destekleyen yapılar olmadığını bununla beraber bütün toplumun çıkarlarına hizmet etmek için var olduklarını öne sürmüştür.

Avrupa komisyonu tarafından yapılan tanımlamaya göre KSS; şirketlerin sosyal ve çevresel kaygıları ticari faaliyetlerine ve paydaşlarıyla olan etkileşimlerine gönüllü olarak entegre ettikleri bir kavramdır (European Commission, 2002, s. 7). Literatürde en geniş tanımıyla KSS; *“şirketlerin kâr amaçlı operasyonundan etkilenen bütün unsurlara zarar vermemek ya da bir fayda sağlamak için doğrudan kâr amacı gütmeksizin yaptığı her türlü etkinliktir.”*

Türkiye’de KSS kavramının gelişimi ise tarihsel olarak mevcut olan hayırseverlik ve yardımseverlik anlayışına eklenerek geliştiği söylemek mümkündür. Geleneksel olarak süregelen hayırseverlik ile KSS; tanım, amaç ve süreç olarak birbirinden farklılaşmaktadır. Bir tarafta mistik bir niyet söz konusu iken, diğer tarafta rasyonel, hesaplı ve stratejik bir eylem görülmektedir. Hayırseverlik eyleminde bulunacak kişiden herhangi bir beklenti yokken, KSS’de işletmelerin topluma karşı sorumlu olması bir gereklilik olarak ifade edilmektedir (Alakavuklar, Kılıçaslan ve Öztürk, 2009, s. 128).

Kurumsal sosyal sorumluluğun farklı alanları/kategorileri mevcuttur ve genel olarak dört temel alanından oluşmaktadır. Bu sorumluluklar; ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik sorumluluklarıdır. Kurumsal sosyal sorumluluğu oluşturan bu dört ana unsur Carroll (1991) tarafından bir piramit biçiminde değerlendirilmiştir. Şekil 1’de kurumsal sosyal sorumluluk piramidi ele alınmıştır. Bu piramidin en tepesinde yer alan Hayırseverlik (Gönüllü Sorumluluk) çalışmamızın temel konusunu oluşturmaktadır.

Hayırseverlik, toplumun işletmelerin iyi kurumsal vatandaşlar olması beklentisine yanıt veren, toplumun refahını arttıran kurumsal eylemleri kapsar. Hayırseverlik sorumlulukları kapsamının içine, işletmenin kaynaklarından bir kısmını sanatsal, eğitim ve toplumsal projelere ayırması girmektedir (Carroll, 1991, s. 42). Carroll’un piramidinde hayırseverlik sorumlulukları piramidin en tepesinde yer alır ve öncelikli olarak diğer sorumlulukların yerine getirilmesi gerekmektedir (Şahin, 2018).



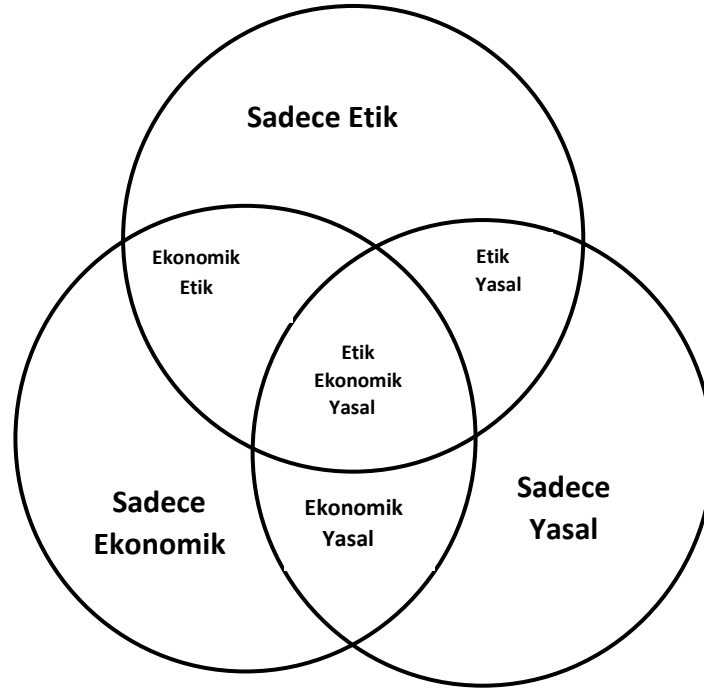
Şekil 1: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi, Kaynak: Carroll (1991, s. 42)

Schwartz & Carroll (2003) makalelerinde piramit modelindeki hiyerarşik yapı yerine; KSS girişiminde KSS piramidindeki tek bir motivasyonun değil, motivasyonların bir birleşiminin de bulunabileceğini öne sürerler. Üç alanlı KSS modeli, üç sorumluluk alanından oluşur: ekonomik, yasal ve etik. Genel olarak, bu alan kategorileri, hayırseverlik kategorisinin, hayırsever faaliyetler için olası farklı motivasyonları yansıtan etik ve/veya ekonomik alanlar altında toplanmıştır. Üç Alanlı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli Şekil 2'de ele alınmıştır.

Piramit modelinin revizyonu olan modele göre sadece ekonomik ya da sadece etik motivasyonlu KSS uygulamalarının yanı sıra ekonomik ve etik motivasyonun birlikte olduğu ve benzeri kombinasyon durumlarını tanımlar. Bu revizyonda, ihtiyari sorumluluklarla keşilen etik, yasal ve ekonomik kümelerinin tamamını kapsayan bir üst motivasyon olarak anlaşılır (Deren van Het Hof, 2009, s. 15). Bu modelde etik ve/veya ekonomik alanların altında kalan hayırseverlik kategorisi keşilen etik, yasal ve ekonomik kümelerinin tamamını kapsayan bu üst motivasyon çalışmamızın temel konusunu oluşturmaktadır.

Literatürde Kurumsal Sosyal Sorumluluk harcamaları üzerine yapılan çalışmaları ele aldığımızda;

- Atkinson & Galaskiewicz (1988) çalışmalarında, sahiplik modellerinin hayır kurumlarına yapılan kurumsal katkılar üzerindeki etkisini incelemiştir. Bulgulara göre bir kişinin şirkette önemli bir hisse yüzdesine sahip olması durumunda, şirketlerin hayır kurumlarına daha az para verdiğini; Buna karşılık, tek bir şirket hissesine veya aile grubuna ait hisse yüzdesinin şirket katkılarında hiçbir etkisi olmadığını tespit etmişlerdir. Yöneticilerin yerel hayırsever aktivistlere olan sosyal yakınlığı, katkılar üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.



Şekil 2: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Üç Alanlı Modeli,

Kaynak: Schwartz & Carroll (2003)

- Navarro (1988) çalışmasında kurumsal katkıları yönlendiren kâr ve fayda maksimizasyonu güdülerinin incelenmesinin daha genel bağlamında, kurumsal katkıların vergiden düşülebilir olup olmayacağını teorik olarak araştırmıştır. Sonuçlar, kâr maksimizasyonunun kurumsal katkıları yönlendiren önemli bir güdü olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, kurumsal katkıların mevcut vergiden düşülebilir olması durumunu desteklemekte ve firmaların kurumsal katkıları sıradan işletme giderleri olarak ele almalarına olanak tanıyan bir reformu desteklemektedir.
- Haley (1991) çalışmasında, kurumsal katkılara yönetsel maskeler olarak bir bakış geliştirmek için bu bakış açılarını bütünleştirir ve genişletir. Yöneticilerin çeşitli paydaşları etkilemek için kurumsal katkıları kullandığını savunur. Yöneticilerin kurumsal katkılar yoluyla yönetsel ve kurumsal çıkarları nasıl desteklediğini ortaya koymuştur.
- Wang & Coffey (1992) vekil teorisini kullanan çalışmalarında yönetim kurulu oluşumu ile kurumsal hayırseverlik arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelemiştir. Sonuçlara göre yönetim kurulunun oluşumunda genel olarak, içeriden öğrenenlerin dışarıdakilere oranı, içeriden öğrenenlerin hisse sahipliği yüzdesi ve kadın ve azınlık yönetim kurulu üyelerinin oranı, firmaların hayırsever katkılarıyla pozitif ve anlamlı bir şekilde ilişkili bulunmuştur.
- Boatsman & Gupta (1996) çalışmalarında kurumsal hayırseverliğin, literatürde var olan iki temel kurumsal bağış modeli olan kâr maksimizasyonu ve yöneticilerin fayda maksimizasyonu tarafından motive edilip edilmediğini incelemek için kurumsal katkılar ve vergi oranları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Bulgulara göre kurumsal katkılar ve vergi oranı arasındaki ilişki kâr maksimizasyonu modeli

ile tutarlı değildir. Sonuçlar, yöneticilerin fayda maksimizasyonunun kurumsal katkılar için önemli bir motivasyon olmasıyla tutarlıdır.

- Adams & Hardwick (1998) çalışmalarında 1994 yılında Birleşik Krallık'ta FTSE 100 şirketleri tarafından yapılan isteğe bağlı bağışların düzeyinin, kaldıraç, şirket büyüklüğü, kârlılık ve mülkiyet yapısı gibi şirkete özgü dört faktörle ilişkili olup olmadığını ampirik olarak test etmiştir. Sonuçlar, hayır kurumlarına ve diğer kuruluşlara fon sağlama kararının şirket büyüklüğü ve kârlılığı ile pozitif, kaldıraç ile negatif ilişkili olduğunu göstermiştir. Ancak bağışlar ile bir şirketin mülkiyet yapısı arasında bir bağlantı olduğu görüşüne destek sağlamamıştır.
- Campbell vd. (1999) çalışmalarında bazı şirketlerin hayır kurumlarına bağışta bulunurken diğerlerinin vermediğini araştırmıştır. Çalışma, hayırsever karar vericinin kişisel tutumları ile firmanın bağışlayıcı davranışı arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma aynı zamanda hayır kurumlarına bağış yapma geçmişine sahip firmaların davranışları için özgecil güdülerden bahsettiklerini göstermiştir.
- Werbel & Carter (2002) çalışmalarında CEO'ların vakıf yönetim kuruluna katılımının CEO'nun kişisel çıkarları ile hayırsever bağışlar arasındaki ilişkiyi etkileyip etkilemediğini incelemiştir. Sonuçlara göre CEO'ların çıkarlarının, farklı kâr amacı gütmeyen kuruluşlara üyelikle ölçüldüğü gibi, vakıf hayırseverliği ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu yardım ilişkisi CEO'lar vakıf yönetim kurulunda bulunmadığında azaldığını fakat ortadan kaldırılmadığını tespit etmişlerdir.
- Seifert vd. (2003) çalışmalarında kurumsal hayırseverlik ve finansal durumların incelemiştir. Sonuçlara göre firmanın mevcut nakit kaynakları ile nakit bağışları arasında pozitif bir ilişki bulmuştur, ancak kurumsal hayırseverlik ve firma finansal performansı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.
- Seifert vd. (2004) çalışmalarında bir önceki çalışmalarını daha da derinleştirerek, yapısal eşitlik modellemesi aracılığıyla Fortune 1000 şirketlerinde kurumsal hayırseverliğin finansal ilişkilerini araştırmışlardır. Sonuçlara göre, nakit akışının bir firmanın hayır kurumlarına yaptığı nakit bağışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu, ancak parasal bağışların firmanın finansal performansını etkilemediğini tespit etmişlerdir. Yine çağdaş düşüncenin aksine, kurumsal cömertliğin kârlılık üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını vurgulamışlardır. Brammer & Millington (2004) çalışmalarında 1989-90 ve 1998-99 olmak üzere iki zaman diliminde kurumsal davranışa ilişkin karşılaştırmalı bir çalışma içinde kurumsal bağışlarının belirleyicilerini araştırmışlardır. Erken dönemde kurumsal bağışların büyük ölçüde kârlarla belirlendi. Ancak bu ilişkinin 1990'larda firmaların paydaş etkilerine giderek daha fazla duyarlı hale geldikçe zayıfladığını, daha sonraki dönemlerde ise, kurumsal görünürlüğü artan önemini ve kurumsal hayırsever katkılar üzerindeki sosyal ve çevresel etkilerin gelişimini vurgulamışlardır.
- Brammer & Millington (2005) çalışmalarında kurumsal itibar ve hayırseverlik ilişkisini ele almışlardır. Çalışma sonuçlarına göre daha yüksek düzeyde hayırseverlik harcamaları yapan şirketlerin daha iyi itibara sahip olduğunu ve bu etkinin sektörler arasında önemli ölçüde değiştiği sonucuna varmışlardır.
- Brown vd. (2006) çalışmalarında şirketlerin hayırseverlik uygulamalarını incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre aynı sektördeki firmalar benzer bağış uygulamalarını benimseme eğiliminde olduklarını, yoğun bir şekilde reklam veren firmaların hayır kurumlarına daha fazla bağış yaptığını tespit etmişlerdir. Daha

büyük yönetim kurullarına sahip firmalar, önemli ölçüde daha fazla nakit verme ve kurumsal vakıfların kurulması ile ilişkilidir. Borçluluk oranı yüksek firmaların hayır kurumlarına daha az bağış yaptıkları ve vakıf kurma olasılıkları daha düşük olduğu sonucuna varmışlardır.

- Amato & Amato (2007) çalışmalarında kurumsal hayırsever katkıların, firma büyüklüğü ve endüstri arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Sunuşlara göre hayırsever bağışlar ile firma büyüklüğü arasında sağlam bir ilişkinin ve güçlü endüstri etkilerinin olduğunu tespit etmişlerdir.
- Muller & Kräussl (2011) çalışmalarında şirketlerin kurumsal afet bağışlarını incelemişlerdir. Genel olarak, Katrina kasırgasının önemli ölçüde anormal negatif hisse senedi getirileri ile ilişkili olduğunu tespit etmişler. Özellikle, sosyal sorumluluk konusundaki itibarın, hem hisse senedi fiyatlarındaki büyük düşüşle hem de felakete yanıt olarak sonraki bir hayırsever bağışı yapma olasılığıyla ilişkili olduğunu sonucuna varmışlardır.
- Alparslan & Aygün (2013) çalışmalarında KSS ile firma performansı arasındaki ilişkiyi ortaya koymak üzere İMKB'ye kayıtlı 117 firmanın 2009-2010 yıllarına ilişkin verileri incelenmiştir. Sonuç olarak KSS ile firma performansı göstergeleri arasında pozitif bir ilişkinin olduğu tespit etmişlerdir. Onaran vd. (2013) çalışmalarında eğitim destekli kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarını tüketici bakış açısıyla değerlendirmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre, tüketiciler KSS faaliyetleri yürüten işletmelerin amacının müşteri kazanmak ve imajlarını yükseltmek olduğunu düşünmektedirler. Bununla birlikte; işletmelerin amacı ne olursa olsun tüketiciler bu faaliyetleri destekleme eğilimindedirler.
- Hategan & Curea-Pitorac (2017) çalışmalarında Romanya'da 2011-2016 döneminde Bükreş Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören ve tüm dönem için kâr kaydeden bir şirketler grubu üzerinde şirketlerin hayırsever katkıları, performansı ve piyasa değeri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamışlardır. Sonuçlara göre, Romanya'da borsaya kote şirketlerin hayırsever katkılarının, performansı ve piyasa değeri arasında pozitif bir korelasyon olduğunu göstermektedir.
- Gülcan & Dalgar (2019) çalışmalarında BIST 100 Endeksi'nde yer alan 45 işletmenin 2007-2016 arasındaki yıllık verilerini analiz ederek işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin finansal performanslarına etkisinin araştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda, varlık kârlılık oranını, iş yerindeki uygulamalar, çevre, tüketiciyi ilgilendiren konular ve toplumsal katılım ve gelişim ile ilgili sosyal sorumluluk faaliyetlerini pozitif yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Önder (2019) çalışmasında işletmelerin sosyal performansı ve finansal performansı arasındaki ilişkinin iki yönlü olarak incelenmiştir. Sonuç olarak işletmelerin kurumsal sosyal sorumlulukları ile işletme performansı arasında bir ilişkinin çift yönlü olarak bulunmadığı tespit etmiştir. Çıraklı (2020) çalışmasında makroekonomik faktörlerin çocuk sağlığı ile ilişkisini ele almıştır.

Tablo 1'de bağış miktarı ile ilgili çalışma kapsamındaki değişkenler üzerine yapılan çalışmaların özeti ele alınmıştır. İlgili çalışmalar incelendiğinde özet olarak şirketler tarafından yapılan bağış miktarı ile dönem net kârı, aktif büyüklüğü ve nakit akışları arasında olumlu bir ilişki vardır. Bunun yanında finansal performans ve bağış miktarı arasındaki ilişkiye yönelik farklı hem olumlu hem de olumsuz ilişki tespit edilen çalışmalar mevcuttur.

Tablo 1: Bağış Miktarı ile İlgili Çalışma Kapsamındaki Değişkenler Üzerine Yapılan Çalışmaların Özeti

<i>Bağışlar</i>	Dönem Net Kârı	Aktif Büyüklük	Nakit Akışları	Finansal Performans
<i>Adams & Hardwick (1998)</i>	+	+		
<i>Seifert vd. (2003)</i>			+	-
<i>Seifert vd. (2004)</i>			+	-
<i>Amato & Amato (2007)</i>		+		
<i>Alparslan & Aygün (2013)</i>				+
<i>Hategan & Curea-Pitorac (2017)</i>				+
<i>Önder (2019)</i>				?
+ Olumlu ilişki - Olumsuz ilişki ? İlişki tespit edilememiştir				

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Bir işletmenin yapacağı bağış miktarını etkileyen farklı faktörler olsa da en belirleyici olanları işletmeye ait ekonomik göstergelerdir. Çalışmanın amacı bir işletmenin yaptığı bağış miktarını etki eden faktörlerin belirlenmesi ve bu değişkenlerin etki derecelerini ekonometrik olarak tespit etmektir. Bu doğrultuda bir işletmenin yapmış olduğu bağış miktarını etkileyen değişkenler analizi için BİST 30 endeksinde yer alan 26 şirketten alınan 2012-2020 yılları arasındaki verilerini kullanılarak panel veri analizi ile incelenmiştir. BİST 30 endeksinde yer alan ve araştırma kapsamında incelenen şirketler Tablo 2’de listelenmiştir. Bu şirketlerden ilgili yıllarda yapmış oldukları bağış miktarlarına ulaşamayan 4 şirket; “Enerjisa Enerji A.Ş.”, “Koza Altın İşletmeleri A.Ş.”, “Koza Anadolu Metal Madencilik İşletmeleri A.Ş.”, “Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.” analiz dışında bırakılmıştır.

Tablo 2: BİST 30 Şirketleri

KOD	ŞİRKET UNVANI
AKBNK	AKBANK T.A.Ş.
ARCLK	ARÇELİK A.Ş.
ASELS	ASELSAN ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
BIMAS	BİM BİRLEŞİK MAĞAZALAR A.Ş.
DOHOL	DOĞAN ŞİRKETLER GRUBU HOLDİNG A.Ş.
EKGYO	EMLAK KONUT GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIĞI A.Ş.
EREGL	EREĞLİ DEMİR VE ÇELİK FABRİKALARI T.A.Ş.
SAHOL	HACI ÖMER SABANCI HOLDİNG A.Ş.
KRDMD	KARDEMİR KARABÜK DEMİR ÇELİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
KCHOL	KOÇ HOLDİNG A.Ş.
KOZAL	KOZA ALTIN İŞLETMELERİ A.Ş.
KOZAA	KOZA ANADOLU METAL MADENCİLİK İŞLETMELERİ A.Ş.

KOD	ŞİRKET UNVANI
MGROS	MİGROS TİCARET A.Ş.
PGSUS	PEGASUS HAVA TAŞIMACILIĞI A.Ş.
PETKM	PETKİM PETROKİMYA HOLDİNG A.Ş.
SODA	SODA SANAYİİ A.Ş.
TAVHL	TAV HAVALİMANLARI HOLDİNG A.Ş.
TKFEN	TEKFEN HOLDİNG A.Ş.
TRKCM	TRAKYA CAM SANAYİİ A.Ş.
TCELL	TURKCELL İLETİŞİM HİZMETLERİ A.Ş.
TUPRS	TÜPRAŞ-TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ A.Ş.
THYAO	TÜRK HAVA YOLLARI A.O.
TTKOM	TÜRK TELEKOMÜNİKASYON A.Ş.
GARAN	TÜRKİYE GARANTİ BANKASI A.Ş.
HALKB	TÜRKİYE HALK BANKASI A.Ş.
ISCTR	TÜRKİYE İŞ BANKASI A.Ş.
TSKB	TÜRKİYE SİNAİ KALKINMA BANKASI A.Ş.
SISE	TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM FABRİKALARI A.Ş.
YKBNK	YAPI VE KREDİ BANKASI A.Ş.

3. MODEL VE VERİLER

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçları genelleyeabilmek adına mümkün olduğu kadar fazla işletme çalışmaya dâhil edilmek istenmiştir. Ancak 26 işletmenin verisine ulaşılmasından dolayı örnekleme bu işletmeler dâhil edilmiştir. Söz konusu bu çalışmada işletmelerin bağış miktarını etkileyen değişkenlerden; yıllık hasılat, dönem net kârı, aktif büyüklüğü, öz kaynak toplamı ve işletme faaliyetlerinden nakit akışları değişkenleri ele alınacaktır. Söz konusu değişkenlerin BİST 30 işletmelerine ait bağış miktarı üzerinde etkisi incelenecektir. Araştırma da kullanılan değişkenlerin veri türü yıllık iken, zaman boyutu ise 2012-2020 dönemlerini kapsamaktadır. Çalışmaya ait verilerden; yıllık bağış miktarı şirketler tarafından yayımlanan yıllık faaliyet raporlarından ve KAP'ta yayımlanan kâr dağıtım tablolarından, diğer veriler ise yıllık finansal raporlarından elde edilmiştir (KAP, 2019).

Tablo 3: Değişkenlere İlişkin Açıklamalar

DEĞİŞKENLER	SEMBOL
BAĞIŞ MİKTARI	BG
HASILAT	RWN
DÖNEM NET KÂRI	DNK
AKTİF BÜYÜKLÜĞÜ	AB
ÖZ KAYNAK TOPLAMI	OZK
İŞLETME FAALİYETLERİNDEN NAKİT AKIŞLARI	ISL

Araştırma kapsamında kullanılacak olan değişkenler Tablo 3'te gösterilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda bağımlı değişken işletmelerin yapmış olduğu bağış miktarı değişkenidir. Araştırmada bağımlı değişkenin bir olmasından dolayı tek ekonometrik model

üretilcektir. Araştırma kapsamında kullanılan değişkenler içerisinde rakamsal değeri büyük olan serilere logaritmik dönüşüm uygulanmıştır.

Panel veri analiz çalışmalarında üretilcek modeller sahip oldukları döneme göre mikro ve makro olmak üzere ikiye ayrılmaktadırlar. Literatürde bu ayrımı yapan Baltagi (2013, s. 1)'e göre 20 döneme kadar olan panellerin mikro sınıfına girdiğini, 20 dönemden fazla döneme sahip olan panellerin ise makro panel sınıfına girdiğini belirtmektedir. Panellerin sahip oldukları döneme göre de sağlanması gereken temel koşullarda farklılıklar olmaktadır. Mikro panellerde durağanlık ve yatay kesit koşullarının önemsenmemesi gerektiği belirtilmektedir. Bu çalışmada ise kullanılan değişkenlerin 7 döneme sahip olmasından dolayı oluşacak panel modelleme mikro sınıfına dâhil olmaktadır. Model üzerinde gerçekleştirilecek analizler de mikro panel temel varsayımları doğrultusunda olacaktır.

Tablo 4: Modelin Matematiksel Gösterimi

MODEL	MODEL DENKLEMİ	PROGRAM ÇIKTISI
MODEL 1	$BG_{i,t} = c + \alpha_1(AB)_{i,t} + \alpha_2(DNK)_{i,t} + \alpha_3(ISL)_{i,t} + \alpha_4(OZK) + \alpha_5(RWN) + \epsilon_{i,t}$	$BG = -3.72856805094e-05*AB +$ $0.08128300671075*DNK +$ $0.07128143530905*ISL +$ $0.060318341547984*OZK +$ $6.73586497199e-05*RWN +$ 3480586.13198

Yukarıdaki Tablo 4'te araştırma kapsamında üretilen modelin ekonometrik denklem ve denklem çıktısı gösterilmektedir. Elde edilen eşitliğin sol tarafında bağımlı değişken yer alırken eşitliğin sağ tarafında ise modele dâhil edilen bağımsız değişken yer almaktadır. Eşitliklerin sağ tarafında ise c sabit değişkeni, α ise bağımsız değişkenlerin tahminci katsayılarını, ϵ hata terimini, i yatay kesit ve son olarak t ise döneme ilişkin bilgileri temsil etmektedir. Panel veri analiz modellerinde bağımlı değişken %100 tahmin edilememektedir. Söz konusu bağımlı değişkenleri etkileyen farklı faktörlerde mevcuttur. Ancak çalışmanın amacı doğrultusunda bağış miktarını etkilediği düşünülen değişkenler analize dâhil edilmiştir. Ayrıca model kapsamında tahmin edemediğimiz veya modele dâhil olmayan değişkenlerin etkisi ϵ hata teriminde toplanmaktadır.

Araştırma kapsamında denklemsel yapı aşağıda gösterilmiştir;

$$\begin{aligned}
 \ln BG = \beta_0 + & \sum_{j=1}^{pi} \lambda_{ij} \ln abi(t-j) \\
 & + \sum_{j=0}^{qi} \delta_{(ij)} \ln dnk(i, j(t-j)) \\
 & + \sum_{j=0}^{qi} \delta_{ij} \ln rwn(i, j(t-j)) \\
 & + \sum_{j=0}^{qi} \delta_{ij} \ln ozk(i, j(t-j)) + \sum_{j=0}^{qi} \delta_{ij} \ln isl(i, j(t-j)) + \epsilon(it)
 \end{aligned}$$

3.1. Panel Veri Model Yöntemlerinin Belirlenmesi

Literatürde panel veri çalışmaları için üç temel yaklaşım geliştirilmiştir. Söz konusu yaklaşımlar havuzlanmış model yaklaşımı, tesadüfi etkiler yaklaşımı ve sabit etkiler yaklaşımıdır. Panel veri çalışmalarında ilk adım mevcut veri yapısına en uygun yaklaşımın belirlenmesidir. Bu doğrultuda havuzlanmış model ile sabit etkiler modeli arasında tercih yaparken F testi kullanıyorken, sabit etkiler ile tesadüfi etkiler arasında tercih yaparken ise hausman testi kullanılmaktadır. Elde edilen test sonuçlarına göre veri yapısına en uygun yaklaşım belirlenmektedir.

3.2. Bulgular

Panel veri modelleri bünyelerinde hem yatay kesit verilerini hem de zaman serileri verilerini barındırmaktadır. Belirtilen bu durumdan dolayı analiz sürecinde bazı problemlerle karşılaşılması kaçınılmaz olmaktadır. Diğer taraftan panel veri modellemelerinin belirli varsayımları sağlayıp sağlamadıkları kontrol edilmeli ve karşılaşılan problemlerin giderilmesi gerekmektedir. İlk olarak incelenmesi gereken husus değişkenler içerisinde çoklu doğrusal bağlantı problemine neden olan değişkenin olup olmadığının kontrol edilmesi gerekmektedir. Söz konusu problemi tespit etmek için farklı yöntem ve testler geliştirilse de literatürde en çok tercih edilen değişkenlere ait Variance Inflation Factor (VIF) değerlerinin hesaplanmasıdır. Çoklu doğrusal bağlantı probleminin giderilmemesi halinde Gujarati'nin de (2004, s. 342) belirttiği üzere doğru olmayan tahminci değerlerine sahip olmaktadır. Değişkenlere ait VIF değerleri $(1/1-R^2)$ formülü kullanılarak hesaplanmaktadır. Formülde yer alan R^2 değeri bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama yüzdesidir. Elde edilen VIF eşik değerleri ise 4'den 10'a kadar kabul edilmektedir (Açıkgöz vd., 2015, s. 427). Belirtilen eşik değer üzerinde değer alan değişkenlerin çoklu doğrusal bağlantı problemine neden olunmaması adına modelden çıkarılması gerekmektedir.

Tablo 5: Değişkenlere İlişkin VIF Değerleri

SEMBOL	R ²	VIF DEĞERİ
BG	0.24	1.31
RWN	0.37	1.58
DNK	0.80	5
AB	0.73	3.70
OZK	0.64	2.77
ISL	0.23	1.29

Yukarıdaki Tablo 5'te değişkenlere ait VIF değerleri verilmiştir. Analize dâhil edilen bütün değişkenlerin VIF değerleri kabul edilebilir değerler arasında yer almıştır. DNK değişkeni hariç diğer bütün değişkenlerin VIF değerleri en kritik değer olan 4'den bile küçük değer aldığı görülmektedir. DNK değişkenine ait VIF değeri de kabul edilebilir değerler arasında olması sebebi ile modele dâhil edilmiştir. Elde edilen değerleri doğrultusunda modelde çoklu doğrusal bağlantı problemine neden olabilecek bir değişkenin olmadığı görülmektedir. Seçilen değişkenlerin hepsi modele dâhil edilecektir.

Panel veri modellemelerinde model içerisinde doğrusal bağlantı problemine neden olabilecek değişken tespitinden sonra verilerin yapısına en uygun yaklaşımın belirlenmesi gerekmektedir. En uygun yaklaşımın belirlenmesi için uygulanan test değerleri aşağıda gösterilmektedir.

Tablo 6: Panel Veri Model Belirleme Testleri

MODEL 1 (BG)		
	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
F- SABİT ETKİLER	64.75	0.000
HAUSMAN TESTİ	19.15	0.000

Araştırma kapsamında geliştirilecek modelde ilk belirlenmesi gereken hususlardan biriside en uygun yaklaşımın belirlenmesidir. İlk olarak mevcut verilerin havuzlanmış model yaklaşımına mı yoksa sabit etkiler yaklaşımına mı uygun olduğunun belirlenmesi için F test yapılmıştır. Elde edilen test değeri sonucunda ise havuzlanmış modelin geçerliliğini sınanan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Bir sonraki adımda ise verilerin sabit yaklaşım modeline mi yoksa tesadüfi etkiler yaklaşımına mı uygun olduğunun belirlenmesi için hausman testi yapılmıştır. Hausman test sonucunda ise tesadüfi etkiler yaklaşımının geçerliliğini sınanan H_0 hipotezi reddedilmiş ve en uygun yaklaşımın sabit etkiler yaklaşımı olduğu görülmüştür. Modelde geçerli yaklaşımın belirlenmesi sonrasında diğer varsayımların sağlanıp sağlanmadığının kontrol edilmesi gerekmektedir. Bu varsayımların ilki otekorelasyon probleminin olup olmadığının kontrol edilmesidir.

3.3. Otekorelasyon Testi

Panel veri kapsamında geliştirilen modellerde otekorelasyon probleminin olmaması gerekmektedir. Modelde otekorelasyonun olması yanlış tahminci değerlerinin elde edilmesine neden olmaktadır. Modellerde otekorelasyonun varlığını tespit edebilmek için farklı test ve yöntemler geliştirilmiştir. Bu çalışmada söz konusu problemin olup olmadığını Durbin Watson ve Baltagi-Wu LBI testi ile yapılacaktır.

Tablo 7: Modellerde Otekorelasyon Test Sonuçları

TEST	MODEL 1 (BG)	
	İstatistik Değeri	Olasılık Değeri
BHARGAVA ET AL. DURBİN-WATSON	1.57	0.000
BALTAĞI-WU LBI	1.34	0.000

Tablo 7’de görüldüğü üzere modelde otekorelasyon probleminin olup olmadığını tespit etmek için iki farklı test değeri verilmektedir. Söz konusu test değerlerinin 2’ye yakın olması istenmektedir. 2’den aşağı değer alan modellerde otekorelasyonun olduğuna yönelik işaret etmektedir. Elde edilen test değerlerinin sonuçları incelendiğinde ise 2’den küçük değer aldığı ve otekorelasyon katsayılarının sıfır olduğuna yönelik oluşturulan H_0 hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Modelde otekorelasyon tespiti yapıldıktan sonra kontrol edilmesi gereken bir diğer varsayım değişen varyans probleminin olup olmadığının kontrol edilmesidir.

Tablo 8: Değişen Varyans Heteroskedasite

TEST	MODEL 1 (BM)	
	Chi2	Olasılık Değeri
DEĞİŞTİRİLMİŞ WALD TESTİ	189.18	0.000

Panel veri modellemelerinde değişen varyans problemi önemi bir husustur. Panel veri modellemelerinin hepsi sabit varyans üzerinde kurulmaktadır. Birimlerdeki değişmelerden dolayı varyansın değişmesi durumunda değişen varyans problemi ortaya çıkmaktadır. Bir modelde değişen varyansın olması halinde ise etkin tahminci değerlerin elde edilememesine neden olmaktadır. Bu çalışmada ise değişen varyansın olup olmadığı değiştirilmiş wald testi ile sınanmıştır. Yapılan test sonucuna göre değişen varyans problemi yoktur şeklinde kurulan

H_0 hipotezi reddedilmektedir. Diğer bir ifade ile modelde değişen varyans problemi vardır. Son olarak yatay kesit bağımlılık durumu da kontrol edildikten sonra mevcut problemleri giderici robust düzeltme testleri yapılacaktır.

Tablo 9: Yatay Kesit Bağımlılık Testi

TEST	MODEL 1 (BG)	
	Statistic	Prob
BREUSCH-PAGAN LM	639.35	0.000
PESARAN SCALED LM	17.03	0.000
PESARAN CD	0.92	0.348

Son olarak incelenen temel varsayım yatay kesit bağımlılığının olup olmadığının kontrol edilmesidir. Üç farklı test ile yatay kesit bağımlılığı kontrol edilmiş ve testin ikisinde yatay kesit bağımlılığı olmadığına yönelik kurulan H_0 hipotezi reddedildiği görülmektedir. Modelin temel varsayımları karşılama durumu incelendiğinde otokorelasyon, değişen varyans ve yatay kesit bağımlılık problemlerinin olduğu görülmektedir. Daha etkin ve doğru tahminci değerlerine ulaşmak için söz konusu problemlerden modelin arındırılması gerekmektedir. Belirtilen problemlerin etkilerini ortadan kaldırmak için robust düzeltme testlerinden Driscoll ve Kraay dirençli tahmincisi kullanılmıştır. Model üzerine uygulanan robust düzeltme tahmincisi sayesinde model hatalardan arındırılmış ve daha etkin tahminci değerlerine ulaşılmıştır.

Tablo 10: Driscoll ve Kraay Standart Hatalı Model 1'e Ait Panel Veri Sonuçları

Bağımlı Değişken: BG				
Dönem:2012-20120				
Yatay Kesit: 26				
Değişken	Katsayı	Drisc/Kraay Standart Hata	t-istatistik değeri	Olasılık Değeri
LNAB	.068137	0.07346	3.4729	0.000
DNK	.14375	2.69793	6.28	0.000
LNRWN	.208196	0.375698	3.01	0.001
LNOZK	-0.07381	0.617394	-2.7413	0.017
ISL	4.578173	4.719834	1.0737	0.281
C	-15.2271	9.249310	23.6749	0.000
R²: 0.79	F-statistic: 10.42		Prob (F-Statistic): 0.000	

Tablo 10'da çalışma kapsamında geliştirilen ekonometrik modelin bulguları yer almaktadır. İlk olarak geliştirilen modelin temel varsayımları sağlayıp sağlamadığı kontrol edilmiştir. Modelde otokorelasyon, değişen varyans ve yatay kesit problemlerinin olduğu görülmüş ve uygulanan dirençli robust düzeltme tahmincisi sayesinde söz konusu problemin etkileri modelden arındırılmıştır. Analize dâhil edilen değişkenlerin rakamsal değeri büyük olan ve logaritmik dönüşüme uygun olan serilere doğal logaritmik dönüşüm uygulanmıştır. Modelde bağımlı değişken çalışmanın amacı doğrultusunda bağış miktarı değişkeni seçilmiştir. Bağımsız değişken ise daha önce de belirtildiği üzere; aktif büyüklüğü, dönem net karı, hasılat, öz kaynak büyüklüğü ve işletme faaliyetlerinden nakit akışları değişkenleri seçilmiştir. Modelin bir bütünsel olarak anlamlı olup olmadığını anlamak için F istatistik değeri ve F ihtimal değerlerine bakılmaktadır. Modelin F istatistik değeri 10.42 iken, F

ihtimal değeri ise 0.000 olduğu diğer bir ifade ile modelin bütünsel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Modelde kullanılan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama yüzdesi incelendiğinde R^2 değerinin 0.79 olduğu görülmektedir. Söz konusu R^2 değerinin literatürdeki benzer çalışmalarda dikkate alındığında yeterli olduğu görülmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma kapsamında BİST 30 şirketlerinin 2012-2020 yılları arasındaki sosyal sorumluluk harcamalarının (bağışların) seviyesinin; hasılat, dönem net kârı, aktif büyüklüğü, öz kaynak toplamı, işletme faaliyetlerinden nakit akışları ile ilişkili olup olmadığı panel veri analizi ile incelenmiştir. Değişkenlere ait bulgular değerlendirirken söz konusu değişkenin logaritmik dönüşümü modele dahil edildi ise yüzdesel değişimi baz alınırken, seri doğal hali ile baz alındığında ise birimsel değişim baz alınmaktadır. Modelde ISL değişkeni hariç diğer değişkenlerin analiz sonucunda %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıktığı görülmektedir.

Değişkenlere ait bulgular incelendiğinde bir işletmenin aktif büyüklüğünde %1'lik bir artışın olması durumunda yapılan bağış miktarında %0.06 düzeyinde bir artışın olabileceği öngörülmektedir. Diğer taraftan işletmelerin hasılat düzeylerinde %1'lik bir artışın olması durumunda ise yapılan bağış miktar düzeyinde %0.20'lik bir artışın olabileceği öngörülmektedir. İşletmelerin öz kaynak toplamalarında %1'lik bir artışın olması durumunda ise yapılan bağış miktarında %0.07'lik bir azalışın olabileceği öngörülmektedir. Son olarak ise dönem net kârında bir birimlik artışın olması durumunda yapılacak bağış miktarında %0.14'lük düzeyinde bir artışın olabileceği öngörülmektedir.

Ulaşılan sonuçları literatürde şirketlerin sosyal sorumluk harcamaları ile finansal göstergeler arasındaki ilişkinin değerlendirildiği çalışmalar ile karşılaştırmak gerekirse;

Şirketler tarafından yapılan bağış miktarı ile:

- Dönem net kârı arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiş ve bu sonuç Adams & Hardwick (1998) bulguları ile uyumludur.
- Aktif büyüklüğü ve arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiş ve bu sonuç Adams & Hardwick (1998) ve Amato & Amato (2007) bulguları ile uyumludur.
- Nakit akışları arasında istatistiki olarak anlamlı olmamakla birlikte olumlu bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuç Seifert vd. (2003) ve Seifert vd. (2004) bulguları ile uyumsuzdur.

Bu sonuçların yanı sıra çalışma kapsamında şirketler tarafından yapılan bağış miktarı ile hasılat, özkaynak ve işletme faaliyetlerinden nakit akışlarının toplamının ilişkisinin incelenmiş olması bu çalışmanın özgünlüğünü artırmaktadır.

Sonuç olarak bir işletmenin yapmış olduğu bağış miktarının, işletmeye ait finansal göstergelerden etkilendiği görülmektedir. Yapılan bağış miktarları üzerinde en etkili göstergenin hasılat miktarı olduğu görülmektedir. İşletmelerin hasılat miktarlarındaki artışın yaklaşık %0.20'si bağış miktarlarına gidebileceği öngörülmektedir. Diğer taraftan işletmelerin öz kaynak artışına gitmeleri durumunda ise bağış miktarlarında azalmaların meydana gelebileceği öngörülmektedir. Diğer taraftan işletmenin nakit akışlarını temsilen kullanılan ISL değişkeni bağımlı değişken üzerinde etkisinin olduğu ancak analiz sonucunda anlamsız çıktığı görülmektedir. Farklı şirket grupları ve farklı değişkenler kullanılarak şirketler tarafından yapılan sosyal sorumluluk harcamalarına yönelik çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Açıköz, E., Uygurtürk, H. ve Korkmaz, T., (2015), Analysis of factors affecting growth of pension mutual funds in Turkey, *International Journal of Economics and Financial issues*, 5(2): 427- 433.
- Açıköz, E., Uygurtürk, H. ve Korkmaz, T., (2015), Analysis of factors affecting growth of pension mutual funds in Turkey, *International Journal of Economics and Financial issues*, 5(2): 427- 433.
- Adams, M. ve Hardwick, P. (1998). An Analysis of Corporate Donations: United Kingdom Evidence. *Journal of Management Studies*, 35(5), 641-654. doi:10.1111/1467-6486.00113
- Akmeşe, H. ve Aras, S. (2016). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Farkındalıkları ve Uygulamaları. *Muhasebe Enstitüsü Dergisi*, 18, 919-942. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=113756786&lang=tr&site=eds-live&authtype=ip,uid> adresinden erişildi.
- Alakavuklar, O. N., Kılıçaslan, S. ve Öztürk, E. B. (2009). Türkiye'de Hayırseverlikten Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Geçiş: Bir Kurumsal Değişim Öyküsü. *Journal of Management Research/Yonetim Arastirmalari Dergisi*, 9(2).
- Alparslan, A. ve Aygün, M. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 435-448. <http://dergipark.org.tr/sduiibfd/222808> adresinden erişildi.
- Amato, L. H. ve Amato, C. H. (2007). The Effects of Firm Size and Industry on Corporate Giving. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 229-241. doi:10.1007/s10551-006-9167-5
- Atkinson, L. ve Galaskiewicz, J. (1988). Stock Ownership and Company Contributions to Charity. *Administrative Science Quarterly*, 33(1), 82-100. doi:10.2307/2392856
- Baltagi, B. H., (2013), *Econometric analysis of panel data*, Chichester: John Wiley & Sons.
- Boatsman, J. R. ve Gupta, S. (1996). Taxes and corporate charity: Empirical evidence from microlevel panel data. *National Tax Journal*, 49(2), 193-213. doi:10.1086/NTJ41789197
- Brammer, S. ve Millington, A. (2004). The Development of Corporate Charitable Contributions in the UK: A Stakeholder Analysis. *Journal of Management Studies*, 41(8), 1411-1434. doi:10.1111/j.1467-6486.2004.00480.x
- Brammer, S. ve Millington, A. (2005). Corporate Reputation and Philanthropy: An Empirical Analysis. *Journal of Business Ethics*, 61(1), 29-44. doi:10.1007/s10551-005-7443-4
- Brown, W. O., Helland, E. ve Smith, J. K. (2006). Corporate philanthropic practices. *Journal of Corporate Finance*, 12(5), 855-877. doi:10.1016/j.jcorpfin.2006.02.001
- Campbell, L., Gulas, C. S. ve Gruca, T. S. (1999). Corporate Giving Behavior and Decision-Maker Social Consciousness. *Journal of Business Ethics*, 19(4), 375-383. doi:10.1023/A:1006080417909
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. doi:10.1016/0007-6813(91)90005-G

- Çıraklı, Ü. (2020). The Relationship Between Macroeconomic Factors and Child Health: An Econometric Analysis. *International Journal of Health Management and Tourism*, 5(1), 1-18. doi:10.31201/ijhmt.672999
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70-76. doi:10.2307/41166246
- Deren van Het Hof, S. (2009). *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üçgeni: Şirketler, Toplum ve Toplum Kuruluşları* (TÜBİTAK Pnojesi No: Proje No: 107K182). <https://yada.org.tr/wp-content/uploads/2020/03/sosyalsorumlulukucgeni.pdf> adresinden erişildi.
- European Commission. (2002). *Corporate social responsibility: A business contribution to sustainable development*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Frederick, W. C. (1960). The Growing Concern over Business Responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61. doi:10.2307/41165405
- Gujarati, D. N., (2004), *Basic econometrics*. McGraw Hill: New York.
- Gülcan, N. ve Dalgıç, H. (2019). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Finansal Performanslarına Etkisi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 21(3), 603-627. doi:10.31460/mbdd.545049
- Haley, U. C. V. (1991). Corporate Contributions As Managerial Masques: Reframing Corporate Contributions As Strategies to Influence Society*. *Journal of Management Studies*, 28(5), 485-510. doi:10.1111/j.1467-6486.1991.tb00765.x
- Hategan, C.-D. ve Cırea-Pitorac, R.-I. (2017). Testing the Correlations between Corporate Giving, Performance and Company Value. *Sustainability*, 9(7), 1210. doi:10.3390/su9071210
- KAP. (2019). KAP Endeksler. 28 Mayıs 2019 tarihinde <https://www.kap.org.tr/tr/Endeksler> adresinden erişildi.
- Muller, A. ve Krüssl, R. (2011). Doing good deeds in times of need: A strategic perspective on corporate disaster donations. *Strategic Management Journal*, 32(9), 911-929. doi:10.1002/smj.917
- Navarro, P. (1988). Why Do Corporations Give to Charity? *The Journal of Business*, 61(1), 65-93. <https://www.jstor.org/stable/2352980> adresinden erişildi.
- Onaran, B., Uyar, A. ve Avan, A. (2013). Eğitim Destekli Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına Yönelik Tüketici Algılamaları. *Business and Economics Research Journal*, 4(3), 131-157. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=obo&AN=89539335&lang=tr&site=eds-live&authtype=ip,uid> adresinden erişildi.
- Önder, Ş. (2019). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumlulukları ve Finansal Performansı Arasındaki İlişkinin Çift Yönlü İncelenmesi. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 12(2), 181-196. doi:10.29067/muvu.378507
- Seifert, B., Morris, S. A. ve Bartkus, B. R. (2003). Comparing Big Givers and Small Givers: Financial Correlates of Corporate Philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 45(3), 195-211. doi:10.1023/A:1024199411807

- Seifert, B., Morris, S. A. ve Bartkus, B. R. (2004). Having, Giving, and Getting: Slack Resources, Corporate Philanthropy, and Firm Financial Performance. *Business & Society*, 43(2), 135-161. doi:10.1177/0007650304263919
- Şahin, L. (2018, 8 Kasım). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi. <http://www.profdreventsahin.com/kurumsal-sosyal-sorumluluk-piramidi.html> adresinden erişildi.
- Wang, J. ve Coffey, B. S. (1992). Board composition and corporate philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 11(10), 771-778. doi:10.1007/BF00872309
- Werbel, J. D. ve Carter, S. M. (2002). The CEO's Influence on Corporate Foundation Giving. *Journal of Business Ethics*, 40(1), 47-60. doi:10.1023/A:1019904820344