

STRATEJİK KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMINA YÖNELİK BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE CONCEPT OF STRATEGIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Safa ACAR
Siirt Üniversitesi
Kurtalan MYO
safa.acar@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-9578-0198

ÖZ

Geliş Tarihi:
15.04.2024

Kabul Tarihi:
06.08.2024

Yayın Tarihi:
29.09.2024

Anahtar Kelimeler

Kurumsal sosyal sorumluluk,
Stratejik Kurumsal Sosyal Sorumluluk KSS
Stratejik KSS
Kurumsal Strateji

Keywords

Corporate Social Responsibility
Strategic Corporate Social Responsibility
CSR
Strategic CSR
Corporate Strategy

Stratejik kurumsal sosyal sorumluluk (stratejik KSS), kurumsal sosyal sorumluluk alanında nispeten yeni bir konu olduğundan ve sınırlı sayıda bibliyometrik araştırma bulunduğundan, bu çalışma Stratejik KSS alanındaki araştırmaların bibliyometrik bir genel görünümünü sunmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Web of Science (WoS) veri tabanında 2002-2024 yılları arasında yayınlanan 344 çalışma toplanmış ve grafiksel haritalama için VOSviewer yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz, performans ve entelektüel yapı incelemelerini içermekte; stratejik KSS alanında önde gelen ülkeleri, yazarları, dergileri ve yayınları belirleyerek araştırma eğilimlerini ve geleceğe yönelik beklentileri ortaya koymaktadır. Bulgular, genel olarak bilimsel üretimde bir artış olduğunu ve ABD ile Çin'in en üretken ülkeler olduğunu göstermektedir. Bu alandaki makalelerin çoğunlukla Emerald, Springer ve Wiley gibi yayınevlerine ait dergilerde yayınlandığı tespit edilmiştir. En çok atıf alan dergi olarak Journal of Business Ethics öne çıkarken, Anna McWilliams ve Donald Siegel gibi yazarlar dikkate değer bir ilgi görmektedir. Alanın ilerlemesi için potansiyel araştırma konuları arasında işletmelerin KSS performansı, yönetici kişilik özellikleri, çok ulusluk, örgütsel davranışlar ve stratejik yönelimler bulunmaktadır.

ABSTRACT

Strategic corporate social responsibility (strategic CSR) is a relatively new topic in the field of corporate social responsibility and there is a limited number of bibliometric studies, this study aims to provide a bibliometric overview of research in the field of Strategic CSR. For this purpose, 344 studies published in the Web of Science (WoS) database between 2002 and 2024 were collected and analysed using VOSviewer software for graphical mapping. The analysis includes performance and intellectual structure reviews and identifies leading countries, authors, journals and publications in the field of strategic CSR, revealing research trends and future prospects. The findings show that there is an increase in scientific production in general and that the USA and China are the most productive countries. It was found that the articles in this field are mostly published in journals belonging to publishing houses such as Emerald, Springer and Wiley. While Journal of Business Ethics is the most cited journal, authors such as Anna McWilliams and Donald Siegel have received considerable attention. Potential research topics for advancing the field include CSR performance of businesses, managerial personality traits, multinationality, organisational behaviour and strategic orientations.

DOI: <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1468620>

Atf/Cite as: Acar, S. (2024). Stratejik kurumsal sosyal sorumluluk kavramına yönelik bibliyometrik bir analiz. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 14(3), 1195-1218.

Giriş

Belirsiz bir çevre içerisinde faaliyetlerini devam ettirmek zorunda olan örgütler, değişen çevre koşullarına uyum sağlama konusunda yeni rekabet avantajı kaynakları aramakta ve belirsiz çevrenin etkilerini azaltmaya çalışmaktadırlar. Örgütlerin içinde buldukları sektörel çevre de değişen trendlerden etkilenmektedir. Hem yakın çevre hem de genel çevre unsurlarında meydana gelen bu değişim ve belirsizlik ortamı, örgütlerin rekabet güçlerini koruyabilmeleri için stratejik bir yaklaşıma ihtiyaçları olduğunu vurgulamaktadır. Örgüt stratejisi belirlenirken de hem örgütün hem de diğer paydaşların dikkate alındığı kurumsal sosyal sorumluluk odaklı bir yapının inşa edilmesi gerekmektedir. Bu sebeple örgütlerin oluşturdukları stratejiler kurumsal sosyal sorumluluk merkezli olmalıdır (Nicole, ve diğerleri, 2022, s. 1). İşletmelere sağladığı katkılardan dolayı kurumsal sosyal sorumluluk özellikle son yıllarda önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir (Vázquez & Juárez, 2022, s. 90). Kurumsal sosyal sorumluluk, bir örgütün, toplumsal paydaşlarına karşı ekonomik sorumluluklarını çevresel ve sosyal sorumluluklarıyla uyumlu hale getirmeyi amaçlayan, genel kabul görmüş bir yapıdır (Donnelly & Wickham, 2021, s. 986). Bu bakış açısıyla kurumsal sosyal sorumluluk örgüt yöneticilerinin sosyal sorumluluk algısının vücut bulmuş halidir denilebilir (Su, Liu, & Zhang, 2024, s. 1).

Başlangıçta kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) sadece etik ile ilişkilendirilen ve sadece kısa vadeli kararlar açısından faydalı bir teori olarak değerlendirilmiş ancak son dönemlerde uzun vadeli hedeflere ulaşabilmek amacıyla stratejik literatürün bir parçası haline dönüşmüştür (Palazzo, Vollero, & Siano, 2020, s. 1530). Örgütler ekonomik yönden gelişmenin yeterli olmadığını anlamış ve sosyal ve benzeri gelişmelere yönelik uygulamalar geliştirme zorunluluğu hissetmişlerdir (Acar, Çelik, & Künc, 2020, s. 458). Bir örgütün ekonomik, sosyal ve rekabetçi hedefleri bir arada başarıma isteği ve bu başarıyı elde ederken etik ve stratejik gerekliliklerin yerine getirilmesi KSS kavramına stratejik bir bakış gerektirmektedir. Bu sebeple bir işletmenin hem sosyal hedeflerini hem de stratejik uygulamalarını belirli bir vizyon çerçevesinde dengelemesi önemlidir. Bu yönüyle stratejik dinamiklerini daha iyi yönetebilen örgütler esasen başarılı olarak kabul edilen örgütlerdir (Vitolla & Rubino, 2013, s. 2892).

Strateji ile KSS arasında oluşan uyum sonucunda ortaya çıkan stratejik KSS, kökenleri terimin mucidi olan Baron'a (2001) kadar izlenebilecek bir kavramdır. Bu çerçevede stratejik KSS kavramı, sosyal sorumluluk açısından sorumlu olarak görülebilen, örgüt karlılığını maksimize eden bir stratejiyi ifade etmek için kullanılmaktadır (Baron, 2001, s. 17). Bu kazan-kazan durumunu başarabilmek için örgütler, KSS uygulamalarını bir araç olarak kullanmakta ve KSS uygulamalarını stratejik bir kaygıyla gerçekleştirmekte yani Stratejik KSS'yi benimsemektedirler (Li, Benamraoui, Shah, & Mathew, 2021, s. 1). Stratejik KSS, bir örgütün hem değer zincirini hem de çevresel etkilerini birlikte ele alarak, rekabet avantajı elde etmesidir (Nicole, ve diğerleri, 2022, s. 2). Stratejik KSS sadece sosyal kaygılara odaklanmayıp aynı zamanda paydaşlarla olan ortak değere de odaklanarak işle ilgili temel faydalar da sağlamaktadır (Palazzo, Vollero, & Siano, 2020, s. 1530). Bu yönüyle Stratejik KSS bakış açısının en önemli argümanı, sosyal konular örgütün işiyle ne kadar yakından ilişkiliyse örgütün kaynaklarından faydalanma ve topluma fayda sağlama fırsatı o kadar artacaktır şeklinde ifade edilmektedir (Belu & Manescu, 2013, s. 2753).

Bu çalışmada, stratejik KSS kavramını araştırmak için bibliyometrik bir analiz yapılmıştır. Bu analiz, stratejik KSS üzerine yapılan araştırmaların geçmişteki, bugünkü ve gelecekteki yönelimleri ile ilgili genel bir bakış sağlamayı amaçlamaktadır. Bu amaca ulaşmak için, çalışma aşağıdaki ana araştırma sorularını ele almaktadır;

1. Stratejik KSS konusunu inceleyen araştırmaların yıllara göre dağılımı nasıldır?
2. Stratejik KSS konusunda en büyük bilimsel etkiye hangi dergiler, yazarlar, makaleler ve ülkeler sahiptir?
3. Stratejik KSS konusu ile ilgili genel araştırma eğilimleri nelerdir?
4. Stratejik KSS konusunda gelecekte oluşacak potansiyel araştırma alanları hangileridir?

Bu soruları cevaplayabilmek adına, stratejik KSS ile ilgili mevcut literatür taranmış, bilgi toplanmış ve stratejik KSS konusu analiz edilmiştir. Bu kapsamda, Stratejik KSS kavramına yönelik araştırma alanının görsel haritasını oluşturmak ve gelecekte olabilecek araştırma yönlerini tespit etmek amacıyla WoS endeksli toplam 344 çalışma analiz edilmiştir. Çalışmanın bulguları doğrultusunda, konuyla ilgili bilimsel çıktı ve entelektüel yapının oluşturulmasının hem araştırmacılar hem de uygulayıcı olarak faaliyet gösterenler için yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

KSS, ilk olarak 1950'li yıllarda ABD'de ortaya çıkmış ve işletmenin kamu yararına yapacağı bağış olarak algılanmıştır. KSS, işletmeler tarafından yapılan hayırseverlik uygulamaları olarak tanımlanan bir bakıştır (Nqumba & Scheepers, 2023, s. 163). Howard Bowen 1953 yılında yayınladığı İş Adamının Sosyal Sorumlulukları (Social Responsibilities of the Businessman) kitabını yazdığı sırada dönemin baskın ve tek savunucusuydu denilebilir (Bowen, 2013, s. ix). Bu kitapta KSS bakış açısını yönlendiren “İşadamlarının topluma karşı hangi sorumlulukları makul bir şekilde üstlenebilirler?” sorusu temel teşkil etmektedir (Carroll, 2021, s. 1260). 1960'lı yıllarda “en azından kısmen firmanın doğrudan ekonomik veya teknik çıkarlarının ötesindeki nedenlerle alınan kararlar ve eylemler” ve “kurumsal girişimin toplumsal sahneye gölge düşürmesi durumunda ortaya çıkan sorunlara ve şirket ile toplum arasındaki ilişkiyi yönetmesi gereken etik ilkelere” yönelik tanımlar ortaya atılmıştır (Carroll, 1991, s. 39-40). 1980'li yıllarda kavram, “KSS davranışını oluşturan karar verme prosedürü” olarak tanımlanan bir süreç olarak ele alınmıştır (Ramos-Monge, Llinas-Audet, & Barrena-Martinez, 2017, s. 205). 1990'lı yıllarda ise sosyal performans odaklı bir tanımlama yapılarak, sosyal alanda kurumsal eylem ve başarılarla yönelik ilgi vurgulanmıştır (Carroll, 1991, s. 39-40). Sonraki dönemlerde ise tek amacı mali kar olan, hissedarlarının ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla tasarlanmış bir yapı olarak anlaşılan işletme anlayışından, hissedarların özel çıkarları, işletmenin ilişkide olduğu diğer herkesin, yani paydaşlarının sosyal ihtiyaçlarını karşılama amacını taşıyan bir yapıya dönüşmüştür. Bu bakış açısına göre işletme yeniden tasarlanmalı ve sahip olduğu koşulları, parametreleri, ilişkileri ve teorileri yeniden gözden geçirilerek değiştirilmelidir (Galan, 2006, s. 1630). Bu yönüyle KSS literatüründe ortak bir fikir birliği olmadığı söylenebilir (Galbreath, 2010, s. 25; Belu & Manescu, 2013, s. 2753). KSS'nin kavramsal olarak belirsiz olmasının sebebinin ise, doğası gereği normatif özelliği ve KSS ile ilgili yeni bakış açıları ve kavramların sürekli olarak tanıtılması sayesinde literatürün genişlemesidir. Ancak geniş bir bakış açısı ile KSS, bir yandan hissedarların servetini en üst düzeye çıkararak ekonomik sorumluluğu içerirken diğer taraftan da yasal, etik ve takdire bağlı sorumluluklara sahip olmalıdır (Li, Benamraoui, Shah, & Mathew, 2021, s. 4). Daha kapsamlı bir tanımlamaya göre ise KSS, “işletmelerin toplum üzerindeki etkilerine ilişkin sorumluluğu” olarak tanımlanmış ve şirketlerin nasıl sosyal sorumluluk sahibi olabilecekleri “sosyal, çevresel, etik, tüketici ve insan haklarını iş stratejilerine ve operasyonlarına entegre etmek ve yasayı takip etmek” gibi şartlara bağlanmıştır (European Commission, 2024). Bu tarihsel süreç ile ilgili olarak Tablo 1 incelenebilir.

Tablo 1. KSS Tanımlarının Zaman İçerisindeki Değişimi

Kategori	Kilit Araştırmacılar	Ana Konsept
1950'li yıllar	Bowen (1953)	Kurumsal sosyal değer ve sorumluluğa vurgu
1960'lı yıllar	Eells & Walton (1961)	Etik açıdan kurumsal sosyal sorumluluğa vurgu
1970'li yıllar	Sethi (1975), Carroll (1979)	Dinamik sosyal sistemde şirketlerin arzu edilen sosyal rolüne ve liderliğine vurgu
1980'li yıllar	McFarland (1982) McGuire et al. (1988)	Paydaşlarla karşılıklı güvene dayalı tanınma ihtiyacında ısrar etmek
1990'lı yıllar	Carroll (1991, 1998) Brown and Dacin (1996)	Kurumsal faaliyetlerden kaynaklanan sosyal ve ekonomik sorunların çözümüne vurgu
2000'li yıllar	McWilliams and Siegel (2006) Porter and Kramer (2011) Kotler and Kramer (2006)	Şirketi stratejik faaliyetlerle yöneterek sosyal ve ekonomik hedeflere uzun vadeli kar yoluyla ulaşmada ısrar etmek

Tablo 1'de KSS yıllar içerisinde marjinal bir fikir noktasından bugünkü dinamik çalışma felsefesine evrilmiştir. KSS'nin bu kademeli gelişimi, akademik alanlarda da yönelimleri etkilemiştir. Özellikle 1990'lı yılların sonlarından 2000'li yılların başına ve devamına doğru KSS sıklıkla strateji literatürüyle ilişkilendirilmeye başlanmıştır. KSS'nin son dönemdeki gelişiminde ise uzun vadeli değer üretme perspektifinin ağır bastığı

vurgulanmaktadır. KSS artık sadece kamu yararına yönelik ahlaki veya sosyal bir sorumluluk olarak algılanmayıp, kurumun finansal performansını, itibarını, markasını ve müşteri ilişkilerini geliştirmek amacıyla giderek daha fazla yararlandığı potansiyel bir stratejik kaynak olarak algılanmaktadır (Kim, Kim, & Oh, 2018, s. 3). Firmaların KSS faaliyetlerine stratejik olarak katılmasının temel motivasyonu, firmalar tarafından sağlanan ürün veya hizmetlerin dışsallıklarıyla daha fazla ilgilenen ve bu sebeple sosyal sorumluluğa sahip olan firmalara daha fazla değer veren tüketicilerden olumlu dönüş alabilmektir (Liu & Xu, 2022, s. 320).

Genel bakış açılarının ve KSS literatüründeki gelişmenin de gösterdiği gibi küresel bir eğilimin ardından şirketlerin sosyal sorumluluk konusuna çok daha fazla önem vermeye başladıkları görülmektedir. Verimlilik odaklı faaliyetleri yerine getirebilmek için şirketteki iş stratejileriyle ilişkilendirilmesi gereken, derin stratejik sonuçları olan kurumsal değişikliklerin geliştirilmesine yönelik önemli bir eğilim vardır. Bu noktada şirketlerin önem verdiği bir konu olan strateji ön plana çıkmaktadır. Strateji, şirketlerin hangi işleri yürüttüğünü, eylemlerinin ve katkılarının ekonomik ve ekonomik olmayan yapılarını ve hissedarlar, çalışanlar müşteriler ve toplum arasındaki ilişkilerini tanımlayan bir kavramdır. Stratejiler, ekonomik tercihlerden çok daha karmaşık olduğu için yönetici kararları ve şirketle doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili olan paydaşları etkilediği için sosyal sorumluluk odaklı olması gerektiği düşünülmektedir. Bu yönüyle stratejik kararlar genellikle hem ekonomik hem de sosyal sonuçların ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir (Sousa Filho, Wanderley, Gómez, & Farache, 2010, s. 296). Stratejik yönetim ve KSS arasındaki ilişki incelendiğinde stratejik başarıda KSS'nin bir önkoşul olarak kabul edilmesinden ziyade, kurumsal stratejinin bir boyutu olarak ele alındığı görülmektedir. Bu yönüyle KSS, “iyi niyetli bir şirket kavramı olmaktan çıkıp, firma düzeyinde başarı için merkezi öneme sahip bir stratejik yönetim bileşeni olan bir iş fonksiyonu haline dönüşüyor.” denilebilmektedir (Mitra, 2021, s. 3). Bu gelişme esasen geleneksel ve güncel olmak üzere iki odak noktasının oluşmasına yol açmıştır. Geleneksel KSS'nin iş dünyası ve stratejileri ile ilgisi ve bağlantısı yok iken güncel olan KSS yani Stratejik KSS firmalara finansal olarak fayda sağlarken sosyal fayda da sağlayan sürdürülebilir bir stratejik eylem haline dönüşmüştür. Yani KSS ile işletmelerin iş stratejileri bütünleştirildiğinde ve kuruluşların stratejik hedeflere ulaşmasına katkısı olduğunda Stratejik KSS olarak kabul edilmektedir (Yang, Su, & Sun, 2021, s. 1).

Stratejik KSS kavramsal olarak ilk kez Baron (2001, s. 17) tarafından bu şekliyle isimlendirilmiş ve “özel olarak sorumlu eylemi değil, sosyal olarak tanımlayan eylemin motivasyonudur”, şeklinde bir bakış açısı geliştirmiştir. Carroll (1991, s. 42), Stratejik KSS kavramını, “Kuruluşların faaliyetlerini toplumsal beklentilere uygun şekilde yönetme ve sürdürülebilirliği sağlama süreci” olarak ifade etmektedir. Yine Carroll ve Shabana (2010) “kuruluşların sosyal sorumluluk faaliyetlerini iş stratejileriyle bütünleştirilmesi” olarak tanımlamışlardır. Porter ve Kramer (2006) “Stratejik Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kuruluşların rekabet avantajlarını sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu hale getirme amacı taşır.” olarak tanımlamışlardır. McWilliams ve Siegel ise Stratejik KSS kavramını, şirketlerin ya ahlaki amaçlarla, yani topluma verilen zararı önlemek veya telafi etmek için ya da hayırseverlik amacıyla, yani topluma aktif olarak geri vermek ve toplumsal beklentileri karşılamak için uzun vadeli bir rekabet avantajı elde etmelerini sağlaması olarak tanımlamıştır (McWilliams & Siegel, 2011, s. 1483). Sunulan tanımlar doğrultusunda stratejik KSS, kuruluşların faaliyetlerini hem toplumsal beklentilere uygun şekilde yönetme hem de sürdürülebilirliği sağlama süreci olarak ifade edilebilir. Stratejik KSS ile iş stratejileriyle bütünleştirilmiş sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde kuruluşların rekabet avantajı elde etmesini amaçlamaktadır. Bunun yanında stratejik KSS, şirketlerin uzun vadeli başarılarını topluma zarar vermeden veya zararı telafi ederek, topluma aktif olarak geri vererek ve toplumsal beklentileri karşılayarak sağlamlarını destekleyen bir bakış açısıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk ve stratejik yönetim arasında oluşan etkileşim ile ilgili bilinenlerin çoğu, kuruluşların stratejik yönetim yaklaşımını kullanarak hangi sosyal sorumluluk girişimlerinin sayesinde rekabet avantajlarının güçleneceğine karar verebilecekleri (Nicole, ve diğerleri, 2022, s. 2) düşüncesi çerçevesinde geliştiği için genellikle stratejik KSS rekabet avantajı odaklı olmaktadır. Ancak bu hedefin yanında işletmeler iyi kurumsal itibara katkısı olacağı düşüncesi ile de Stratejik KSS uygulamalarına yönelmektedirler (Nqumba & Scheepers, 2023, s. 163). Bazı işletmeler de stratejik KSS'yi maliyet avantajı kazandıran, hayır işi odaklı ve hasar kontrol misyonu taşıyan bir kazan-kazan ilişkisi odaklı talep etmektedir. Burada odak noktası uzun vadeli karlılık ve gelişimdir (Yang, Su, & Sun, 2021, s. 1). Stratejik KSS ile firmalar, organizasyonel sermaye (örneğin kültür ve yapı) ve insan sermayesi (örneğin yetenekler ve beceriler) ile nasıl uyumlu hale gelebileceğini keşfetmeyi amaçlamaktadır. Stratejik KSS ile toplumsal paydaşlar için sürdürülebilir ekonomik, çevresel ve sosyal sonuçlar optimize edilirken aynı zamanda

firmalar için sürdürülebilir bir rekabet avantajı oluşturmak için gerekli olan yeteneklerin temini faaliyetleri yapılabilmektedir (Donnelly & Wickham, 2021, s. 986).

Genel bir değerlendirme ile Stratejik KSS'nin firmaların ya ahlaki bir amaç için (yani topluma zarar vermemek ya da zararı telafi etmek için) ya da hayırseverlik amacıyla (yani sosyal beklentileri karşılamak için topluma aktif olarak katkıda bulunmak için) sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmek istedikleri için gerçekleştirilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta firmanın KSS faaliyetleri ile iş operasyonlarının uyumlu olmasının yanında sosyal fayda ve finansal değer üretmesini sağlayacak bir uygulama aracı olarak dizayn edilmesidir. Bu noktada Stratejik KSS'nin üç önemli özelliği ortaya çıkmaktadır. Birinci özellik, Stratejik KSS paydaşlarının çıktılara yöneliktir. Firmaların yaptıkları faaliyetler ile paydaşların çıkarları her zaman etkileşim halinde olduğu için firmalar faaliyetlerini yaparken paydaşların ihtiyaçlarını da dikkate almalıdır. Bu açıdan stratejik KSS interaktif bir süreçtir, çünkü şirketin paydaşlarına fayda sağlamak ve onları memnun etmek için sosyal sorumluluk faaliyetlerini stratejik düzeyde düşünmesi gerekir. Stratejik KSS'nin ikinci özelliği, ticari ve sosyal faydaların birlikte var olmasıdır. Süreç içerisinde sosyal hedefler iş dünyasına dâhil edildiği ve uzun vadede sosyal ve ekonomik hedefler birbirlerine bağlı olduğu için firmaların herhangi bir KSS faaliyetinden önce bir fayda/maliyet analizi yapması elzem hale gelmektedir. Stratejik KSS'nin temel motivasyonu hem firmaya hem de topluma faydalı olmak olduğu için firmalar uzun vadeli ekonomik faydalar ve sosyal hedefler için Stratejik KSS uygulamalarına yönelmektedir. Üçüncü temel özellik ise firmaların Stratejik KSS uygulamalarını temel faaliyetlerine entegre etmeleridir. Stratejik KSS ile firmalar sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmenin ve sürdürülmesinin temellerini attığı için hem toplum hem de firmalar için ortak bir değer üretilmektedir. Bu durum, stratejik KSS'yi iş süreçlerine entegre ederek şirketin iç değer zinciri faaliyetlerine katkıda bulunmalarına ve dış rekabet güçlerini artırmalarına olanak tanıdığı için şirketler açısından faydalıdır (Li, Benamraoui, Shah, & Mathew, 2021, s. 4).

Yöntem

Bu araştırma, literatürdeki akademik katkıları daha derinlemesine anlamak için bibliyometrik analiz yöntemini benimsemiştir. Bibliyometrik analiz, Scopus ve Web of Science (WoS) gibi veri tabanlarında yer alan akademik yayınların çıktılarını üzerinden belirli alanlardaki küresel araştırma eğilimlerini anlamaya yönelik olarak yapılan bir araştırma yaklaşımı türüdür (Alsharif, Salleh, & Baharun, 2020, s. 2949).

Çalışmada şu sorulara yanıt aranmıştır.

1. Stratejik KSS konusunu inceleyen araştırmaların yıllara göre dağılımı nasıldır?
2. Stratejik KSS konusunda en büyük bilimsel etkiye hangi dergiler, yazarlar, makaleler ve ülkeler sahiptir?
3. Stratejik KSS konusu ile ilgili genel araştırma eğilimleri nelerdir?
4. Stratejik KSS konusunda gelecekte oluşacak potansiyel araştırma alanları hangileridir?

Bu sorulara yanıt bulmak amacıyla, stratejik KSS ile ilgili mevcut literatür taranmış, bilgi toplanmış ve stratejik KSS konusu analiz edilmiştir. Bu çalışmada, veri toplama ve veri analizi olarak tasarlanan iki aşamalı metodolojik bir yaklaşım kullanılarak bibliyometrik bir analiz gerçekleştirilmiştir (Kişi, 2022, s. 494).

Verilerin Toplanması

Veri toplama sürecinin başlangıcında, konuyla ilgili yayınlar WoS akademik veri tabanında sistematik bir şekilde araştırılarak incelenmiştir. Araştırma 09/04/2024 tarihinde gerçekleştirilmiş, bütün alanlar (All Fields) araştırmaya dâhil edilmiş ve araştırma "Strategic CSR" (All Fields) OR "strategic corporate responsibility" (All Fields) anahtar kelimeleri kullanılarak sorgulanmıştır. Yapılan bu araştırma sorgusunun sonucunda 344 belgeden oluşan araştırmalar bütününe ulaşılmıştır. Araştırmaya dâhil etme noktasında herhangi bir kısıtlamaya gidilmemiş ve belge türü yıl, dil olarak bütün yayınlar analiz kapsamına alınmıştır. Toplanan veriler, yazar, çalışma başlıkları, dergiler, özetler ve referanslar gibi bilgileri içeren bir savesrecs dosyasına aktarılarak bibliyometrik analiz için hazır hale getirilmiştir.

Verilerin Analizi

Çalışma iki analiz yöntemi benimsenerek gerçekleştirilmiştir. Birinci analiz yönteminde yazarların, dergilerin, makalelerin, ülkelerin, çalışmalara yapılan atıfların ve anahtar kelimelerin istatistik analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz için Microsoft Excel programı kullanılmıştır. İkinci analiz ise analize dâhil olan çalışmaların bibliyometrik haritalarının oluşturulması sürecini kapsamaktadır. Bu analiz için ise VOSviewer (1.6.20) analiz programından faydalanılmıştır.

Görsel haritalama amacıyla kullanılan VOSviewer programı 2010 yılında Nees Jan Eck ve Ludo Waltman (Leiden Üniversitesi) tarafından piyasaya sürülen bir analiz programıdır. VOSviewer programı ile ağ verilerine dayalı haritalar oluşturma ve keşfetme gibi analizler yapılabilmektedir. İlk dönemlerde akademik kayıtları analiz etmek amacıyla dizayn edilmiş olsa da her türlü ağ verisinde (örneğin sosyal ağlar) kullanılabilmektedir. VOSviewer, ortak yazarlığı, ortak oluşumu, alıntıyı, bibliyometrik birleştirmeyi ve ortak alıntı bağlantılarını, ağ, yer paylaşımı ve yoğunluk görselleştirme olası temsillerinde araştırmaktadır (Arruda, Silva, Lessa, Proença Jr, & Bartholo, 2022). Literatür incelendiğinde bibliyometrik analizlerde VOSviewer kullanımı, KSS ve sürdürülebilirlik (Meseguer-Sánchez, Gálvez-Sánchez, López-Martínez, & Molina-Moreno, 2021), sosyal sürdürülebilirlik (Contreras & Abid, 2022), KSS ve pazarlama (Quezado, Cavalcante, Fortes, & Ramos, 2022) ve KSS ve tedarik zinciri yönetimi (Feng, Zhu, & Lai, 2017) gibi farklı konularda yer almıştır. Bu çalışmada stratejik kurumsal sosyal sorumluluk konusunda yapılan analizler için VOSviewer programından yararlanılmıştır.

Çalışma kapsamında yapılan veri analizinde iki türlü analiz yapılacaktır. Bu analizler; performans analizi ve entelektüel yapı analizi olarak sıralanmaktadır. Performans analizi, çalışma alanıyla ilgili bilimsel aktörlerin etkisini değerlendirmek amacıyla, ülkeler, yazarlar ve diğer faktörler gibi çeşitli parametreler kullanılarak gerçekleştirilmektedir (Kişi, 2022, s. 495). Entelektüel yapı analizi ise yayınlar, yazarlar ya da dergi, kitap vs. gibi kaynakların belirli bir alandaki diğer yayınlar üzerindeki etkisi, oluşan bu etkinin ilgili alan üzerinde oluşturduğu bilimsel topluluklar ve entelektüel ekolleri ortaya çıkarmaya çalışmaktadır (Hırlak & Çolakoğlu, 2023, s. 1535).

Yapılan bu çalışma ile stratejik kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ilişkin olarak yapılan araştırmaların gelişiminde rol oynayan başlıca entelektüel topluluklar tespit edilmiştir. Bu kapsamda, bibliyometrik eşleştirme yöntemiyle araştırmaların referansları arasındaki benzerlikler tespit edilmiş, entelektüel yapı içindeki önemli anahtar düğümler ortak atıf ağı analiziyle belirlenmiş ve araştırmalardaki temalar, ortak oluşum ağı analizi aracılığıyla açığa çıkarılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda, 2002-2024 yılları arasında stratejik kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının mevcut durumu detaylı bir şekilde analiz edilmiş ve geleceğe yönelik çıkarımlar yapılmıştır.

Araştırma Bulguları

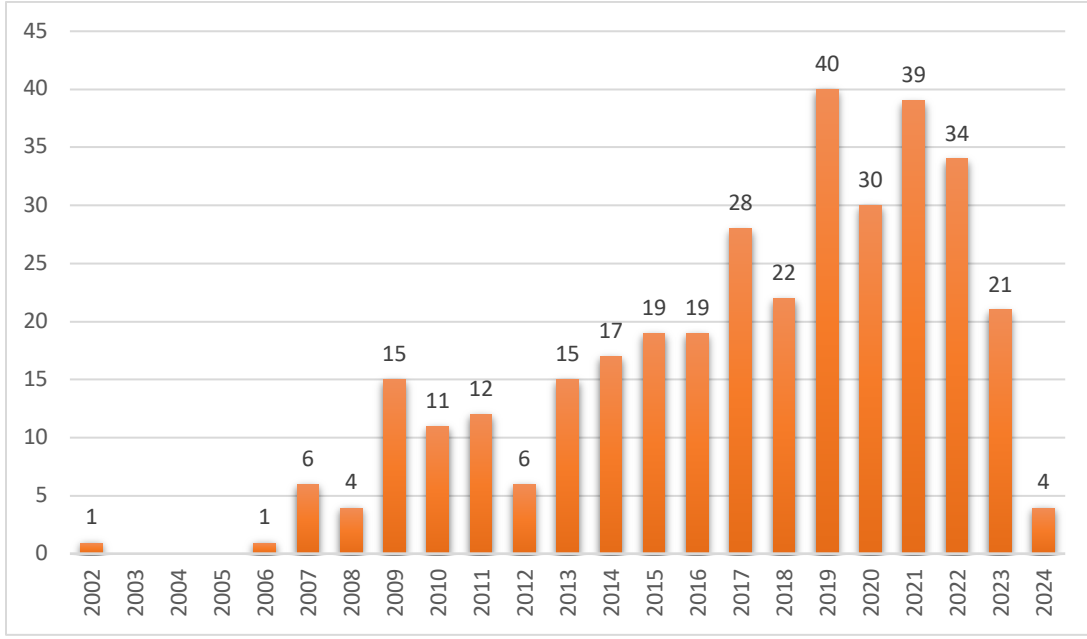
Stratejik KSS araştırmalarına yönelik olarak elde edilen veriler iki aşamalı bir süreçte değerlendirilmiştir. Bu aşamalardan birincisi performans analizi, ikincisi ise entelektüel yapı analizidir. Bu alandaki araştırma sistematığı Kişi (2022) tarafından uygulanan sırayı örnek olarak dizayn edilmiş ve performans analizi kapsamında bilimsel yayın üretim, ülke, dergi ve makale analizi, entelektüel yapı analizi kapsamında ise yazar bazlı, dergi bazlı ortak atıf analizi ve anahtar kelime birlikte bulunuş analizi olarak sıralanmıştır.

Performans Analizi

Çalışmanın bu bölümünde performans analizi kapsamında bilimsel yayın üretim analizi, ülke bazında analiz, dergi bazında analiz ve makale bazında atıf analizi yapılmıştır.

Bilimsel Yayın Üretim Analizi

Bilimsel yayın üretim analizi kapsamında stratejik KSS araştırmalarının gelişim aşamalarının tespit edilebilmesi için yıllık yayın sayılarına bakılmıştır. Çalışmanın örneklemini kapsamında ele alınan 344 çalışmanın yıllar içerisindeki sayısal değişimi Şekil 1’de yer almaktadır.



Şekil 1. Yıllara Göre Bilimsel Yayın Sayısı

Stratejik KSS ile ilgili verilerin yer aldığı Şekil 1’de stratejik KSS araştırmalarının bilimsel yayın üretim durumu yer almaktadır. Elde edilen veriler ışığında çalışmalar üç dönemde incelenebilir. Birinci dönem, 2002-2012, ikinci dönem 2013-2019, üçüncü dönem ise 2020-2024 yıllarını içermektedir. Büyüme hızının diğer dönemlere göre oldukça yavaş olduğu birinci dönemde toplam bilimsel yayın üretiminin %16,28’ini oluşturan 56 çalışma yayınlanmıştır. Yayınlanan çalışmalardan ilki Lantos (Lantos, 2002) tarafından yazılan Journal of Consumer Marketing dergisinde yayınlanan “The Ethicality of Altruistic Corporate Social Responsibility- Fedakâr Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Etikliği” başlıklı makaledir. Bu tarihten 2006 yılına kadar konu ile ilgili herhangi bir araştırma yapılmamıştır. En fazla çalışmanın yapıldığı ikinci dönemde üretilen bilimsel yayın sayısı toplam üretimin %46,51’ini oluşturan 160 makaleden oluşmaktadır. Özellikle 2019 yılında bilimsel yayın üretiminin % 11,63’ünü oluşturan 40 çalışma yayınlanmıştır. Üçüncü dönemde ise toplam çalışmaların %37,21’ini oluşturan 128 çalışma yayınlanmıştır. Üç dönem kıyaslamalı olarak değerlendirildiğinde ikinci dönemde artan bir ilginin olduğu, bu ilgi sebebiyle 2019 yılına kadar yükseliş ivmesinin olduğu ancak devamında yer alan son dönemde ise bu ilginin bir miktar azalsa da yine devam ettiği sonucuna ulaşılabilir.

Ülke Bazında Analiz

Ülke bazında analiz, analiz kapsamında olan çalışmaların coğrafi ve mekânsal dağılımlarını göstermesi açısından faydalıdır. Tablo 2, stratejik KSS araştırmalarının 2002-2024 yılları arasında en fazla yayın yapan ülkeleri atıf ve H-Index sayıları ile birlikte göstermektedir.

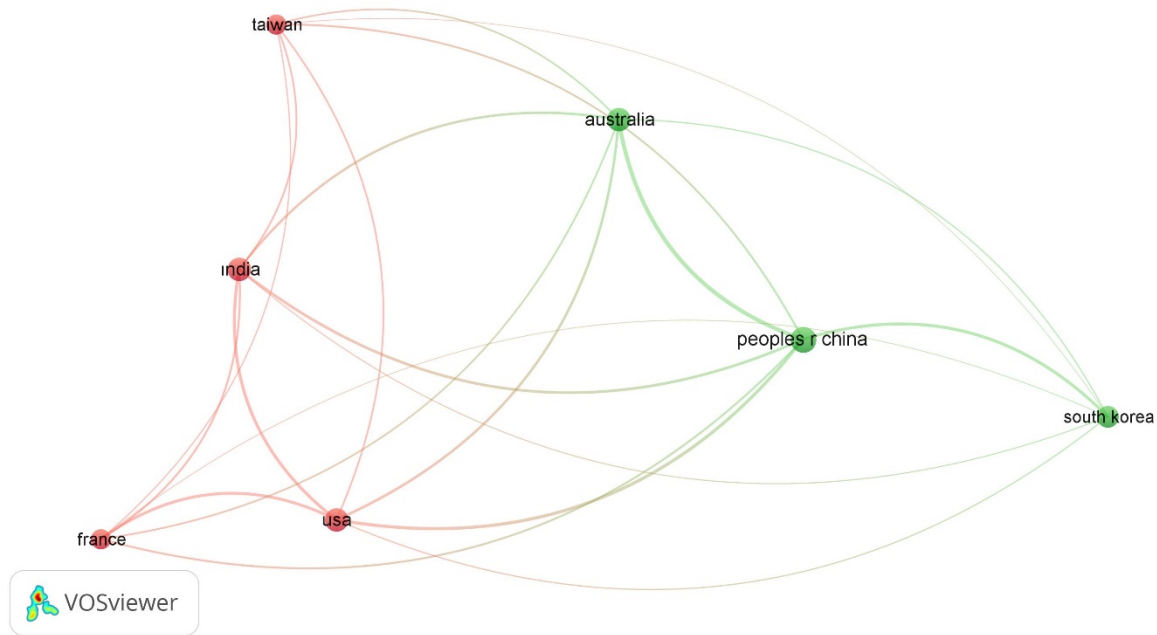
Tablo 2. Yayınların Sayıların Göre Sıralanmış İlk 12 Ülke

Ülkeler	Yayın Sayıları	Atıf Sayıları	H-Index
ABD	65	4404	25
Çin	51	1323	13
İngiltere	30	1017	12
Avustralya	28	546	12
İtalya	18	1017	11
Fransa	17	773	13

Güney Kore	17	193	9
Hindistan	16	231	8
Kanada	15	10844	52
Malezya	15	347	3
İspanya	14	617	11
Almanya	11	152	7

Tablo 2’de sunulan verilere göre yayın sayısı bakımından bütün ülkeler arasında en üretken ülkeler ABD (65), Çin (51) ve İngiltere (30)’dir. Tablo 2 verileri ışığında atıf sayısı açısından yapılan sıralamada Kanada (10844), ABD (4404) ve Çin (1323) ilk sıralarda yer almaktadır. H-Index açısından yapılan sıralamada ise atıf sayısı ile benzer nitelikte Kanada (52), ABD (25), Çin ve Fransa (13) ilk sıralarda yer almaktadır.

Bu analiz ile birlikte, ülkelerin benzerlik durumlarının tespit edilmesi adına ülkelerin bibliyografik eşleştirme analizi yapılmıştır. Bibliyografik eşleştirme tekniği, dergiler, enstitüler ve ülkeler gibi farklı araştırma aktörlerinin birbirlerine olan benzerliğini araştırmak için kullanılabilir. Bibliyografik eşleştirme, araştırma konusunun ilişkisini analiz etmek için hayati bir kaynak olarak kabul edilmektedir. Ülkelere ilişkin olarak bibliyografik eşleştirme tekniği, iki farklı ülkeden bir belgenin yayınlarında üçüncü bir belgeye alıntı yapılması durumunda kullanıldıkları ve yayınlarda benzerlik oluşan bir noktaya odaklandıklarını göstermektedir. Şekil 2 stratejik KSS araştırmalarının ülkelere göre bibliyografik eşleşmelerini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, VOSviewer programı ile yapılan bu analizde, en az 3 yayın yayınlanmış olan ülkeler analiz kapsamına alınmış ve analiz sonucuna göre toplam 7 ülkenin belirtilen bu kriteri sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.



Şekil 2. Ülkelerin Bibliyografik Eşleştirilmesi

Şekil 2’de oluşan yapının temelinde bir ülkenin diğer ülkelerle olan toplam bağlantı gücü esas alınmıştır. Ülkelerin diğer ülkelere olan bağlantıları ne kadar yüksekse o derece güçlü bir bağlantı var anlamını taşımaktadır. Buna göre En güçlü bağlantıya sahip olan ülke olan Çin 810 bağlantıya sahiptir. İkinci sırada ABD yer almakta ve toplamda 620 bağlantıya sahiptir. Avustralya 575, Hindistan ise 499 bağlantıya sahiptir. Ayrıca analiz kapsamında tespit edilen bu ülkelerin bibliyografik eşleştirilmesi sonucunda iki kümede sınıflandıkları tespit edilmiştir. Tespit

edilen kümelerden birinde (kırmızı küme), Fransa, Hindistan, Tayvan ve ABD yer alırken ikinci kümede (Yeşil Küme) Avustralya, Çin ve Güney Kore yer almaktadır. Aynı küme içerisinde yer alan ülkeler birbirlerine diğerlerinden daha çok atıf yapmaktadırlar.

Dergi Bazında Analiz

Stratejik KSS araştırmalarının yayınlandıkları dergilere yönelik olarak yapılan incelemede örnekleme oluşturan çalışmaların 227 farklı dergide yayınlanan çalışmalardan oluştuğu tespit edilmiştir. Bu dergilerin arasından en fazla yayın sayısına sahip olan 10 dergi ile ilgili bilgiler Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. En Çok Yayın Yapılan 10 Dergi

Dergiler	Yayınevleri	Yayın Sayıları	Atıf Sayıları	Ekti Faktörleri (2022)
Journal of Business Ethics	Springer	22	1.643	1,82
Sustainability	Mdpi	16	154	0,67
Social Responsibility Journal	Emerald GROUP	15	275	0,69
Routledge Research in Sustainability and Business	Routledge	12		
Strategic Corporate Social Responsibility in Malaysia	Routledge	12		
Corporate Social Responsibility and Environmental Management	Wiley	9	360	1,91
Business Ethics a European Review	Wiley	7	425	1,36
Business Society	Sage Publications	6	571	1,41
Journal of Global Responsibility	Emerald Group	6	72	0,47
European Business Review	Emerald Group	5	77	1,24

Stratejik KSS ile ilgili olarak analiz kapsamına alınan yayınların %18,60'ı Emerald Group dergilerinde, %13,66'sı Springer dergilerinde, yine %13,66'sı Wiley dergilerinde yayınlanmıştır. En çok yayın yapılan dergi olan Journal of Business Ethics dergisinde toplamda 22 yayın yapılmıştır ve bu dergi Springer yayınevine aittir ve aynı zamanda 1643 atıf sayısı ile en fazla atıf alan dergidir. En sık yayın yapılan 10 dergi arasında etki faktörüne göre en yüksek değere sahip dergiler Corporate Social Responsibility and Environmental Management (1,91), Journal of Business Ethics (1,82) ve Business Society (1,41) olarak sıralanabilir.

Çalışma Bazında Atıf Analizi

Çalışma bazında atıf analizi ile Stratejik KSS konusu ile ilgili en çok atıf alan makaleler tespit edilebilmektedir. Stratejik KSS konusunda 344 makaleye toplam olarak yapılan atıf sayısı 10.891'dir. Tablo 4, atıfların % 40,66'sını (4.429 atıf) oluşturan ve en çok atıf alan 15 makaleyi yer almaktadır.

Tablo 4. En Çok Atıf Yapılan 15 Makale

Yazarlar	Makale Adı	Yayın Yılı	Toplam Atıf Sayısı
(McWilliams & Siegel, 2011)	Creating and Capturing Value: Strategic Corporate Social Responsibility, Resource-Based Theory, and Sustainable Competitive Advantage	2011	555
(Waldman, Siegel, & Javidan, 2006)	Components of CEO transformational leadership and corporate social responsibility	2006	443
(Russo & Perrini, 2010)	Investigating Stakeholder Theory and Social Capital: CSR in Large Firms and SMEs	2010	424
(Mellahi, Frynas, Sun, & Siegel, 2016)	A Review of the Nonmarket Strategy Literature: Toward a Multi-Theoretical Integration	2016	423
(Orlitzky & Siegel, 2011)	Strategic Corporate Social Responsibility and Environmental Sustainability	2011	416
(Amran, Lee, & Devi, 2014)	The Influence of Governance Structure and Strategic Corporate Social Responsibility Toward Sustainability Reporting Quality	2014	340
(Husted & Allen, 2007)	Strategic corporate social responsibility and value creation among large firms - Lessons from the Spanish experience	2007	271
(Shiu & Yang, 2017)	Does engagement in corporate social responsibility provide strategic insurance-like effects?	2017	238
(Lin, Tan, Zhao, & Karim, 2015)	In the name of charity: Political connections and strategic corporate social responsibility in a transition economy	2015	222
(Vishwanathan, van Oosterhout, Heugens, Duran, & Van Essen, 2020)	Strategic CSR: A Concept Building Meta-Analysis	2020	206
(Gugler & Shi, 2009)	Corporate Social Responsibility for Developing Country Multinational Corporations: Lost War in Pertaining Global Competitiveness?	2009	199
(Baron, 2007)	Corporate social responsibility and social entrepreneurship	2007	191
(Jamali, El Dirani, & Harwood, 2015)	Exploring human resource management roles in corporate social responsibility: the CSR-HRM co-creation model	2015	181
(Michelon, Boesso, & Kumar, 2013)	Examining the Link between Strategic Corporate Social Responsibility and Company Performance: An Analysis of the Best Corporate Citizens	2013	171
(Jamali D. , 2007)	The Case for Strategic Corporate Social Responsibility in Developing Countries	2007	149

En çok atıf yapılan makale McWilliams ve Siegel (2011) tarafından yazılarak Journal of Management dergisinde yayınlanan “Değer Yaratmak ve Yakalamak: Stratejik Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kaynak Bazlı Teori ve Sürdürülebilir Rekabet Avantajı” isimli makaledir. Bu makalede yazarlar, kurumsal sosyal sorumluluk stratejilerini benimseyen firmaların özel ve toplumsal değer yaratma sürecini incelemişlerdir. Yazarlar, bu stratejilerin sürdürülebilir rekabet avantajına nasıl katkı sağlayabileceğini anlamak için kaynak temelli teori ve ekonomik modelleri entegre ederek çalışmayı gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada bu yaklaşımın, şirketlerin KSS stratejilerini belirlerken ve uygularken sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olabileceği vurgulanmıştır.

En çok atıf alan çalışmalar sıralamasında ikinci sırada yer alan çalışma Waldman, Siegel ve Javidan (2006) tarafından yazılarak Journal of Management Studies dergisinde yayınlanan “CEO dönüşümcü liderliğinin ve kurumsal sosyal sorumluluğun bileşenleri” isimli makaledir. Bu makalede yazarlar, CEO'ların kurumsal sosyal sorumluluğa katılımını dönüşümsel liderlik teorisiyle araştırmışlardır. Çalışma kapsamına alınan 56 ABD ve Kanadalı firma verisini kullanarak CEO'nun entelektüel uyarımının stratejik KSS faaliyetlerini etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmada önemli bir diğer nokta ise dönüşümcü liderlik teorisinin karizmatik liderliğe aşırı vurgu

yapmasının eleştirilmesidir. Ayrıca entelektüel teşvik odaklı bir yeniden kavramsallaştırmaya ihtiyaç olduğu da öne sürülen diğer bir odak noktasıdır.

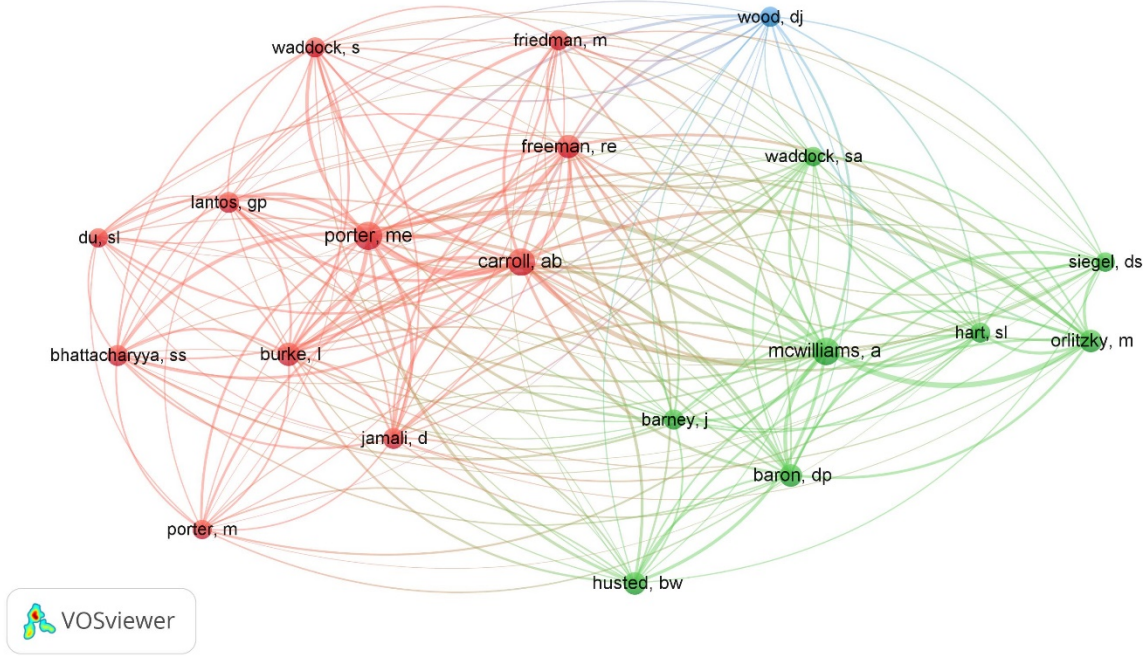
En çok atıf alan çalışmalar sıralamasında üçüncü sırada yer alan çalışma Russo ve Perrini (2010) tarafından yazılarak Journal of Business Ethics dergisinde yayınlanan “Paydaş Teorisi ve Sosyal Sermayenin İncelenmesi: Büyük Firmalar ve KOBİ’lerde KSS” isimli makaledir. Bu makalede yazarlar, büyük firmalar ve KOBİ’lerin kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) konusundaki farklı yaklaşımlarını ele almışlardır. Makalede sosyal sermaye kavramının KOBİ’lerin KSS anlayışını daha iyi açıkladığı, ancak paydaş teorisinin büyük firmalar için daha uygun olduğu savunulmaktadır. Çalışma, stratejik KSS yönelimlerini değerlendirerek, hem büyük firmalar hem de KOBİ’lerin özelliklerini karşılaştırarak firmanın performansını değerlendirmeyi amaçlamıştır. Sonuç olarak, sosyal sermaye ve paydaş teorilerinin her iki sektörde de KSS’yi açıklamanın alternatif yolları olduğu vurgulanmıştır.

Entelektüel Yapı Analizi

Atıfta Bulunulan Yazarların Ortak Atıf Analizi

Yapılan araştırma kapsamında elde edilen çalışmaların referans alanlarında yer alan ve en çok atıf yapılan yazarların tespit edilebilmesi amacıyla ortak atıf analizi yapılmıştır. Yapılan ortak atıf analizi ile referans kayıtları kullanılarak birbirleri ile ilişkili olan yazarlar ortaya konulabilmekte ve bu sayede stratejik KSS alanının entelektüel haritasını çıkarmaya katkı sağlanmaktadır.

Ortak atıf ağının oluşturulması için ilk adımda analiz türü ortak atıf olarak seçilmiş, ikinci adımda analiz birimi atıf yapılan yazarlar olarak seçilmiş, ve son adımda da minimum belge sayısı 10 olarak seçilmiştir. Bu kapsamda elde edilen veriler sonucunda Şekil 3’te yer alan ortak atıf ağ yapısı elde edilmiştir. Buna göre, çalışmalarda yer alan referanslar kapsamında 20’si bu şartları sağlayan toplam 2116 yazar tespit edilmiştir.



Şekil 3. Yazarların Ortak Atıf Ağı

Şekil 3’teki yazarlar arasında, ortak atıf ağı içinde 20 düğüm, üç farklı kümeye ayrılmıştır. Araştırma kapsamında yer alan makalelerin referanslarında en çok atıf yapılan bu 20 yazarın ortak atıf sayıları, kümeleri, bağlantı sayıları ve toplam bağlantı güçleri Tablo 5’te sunulmaktadır.

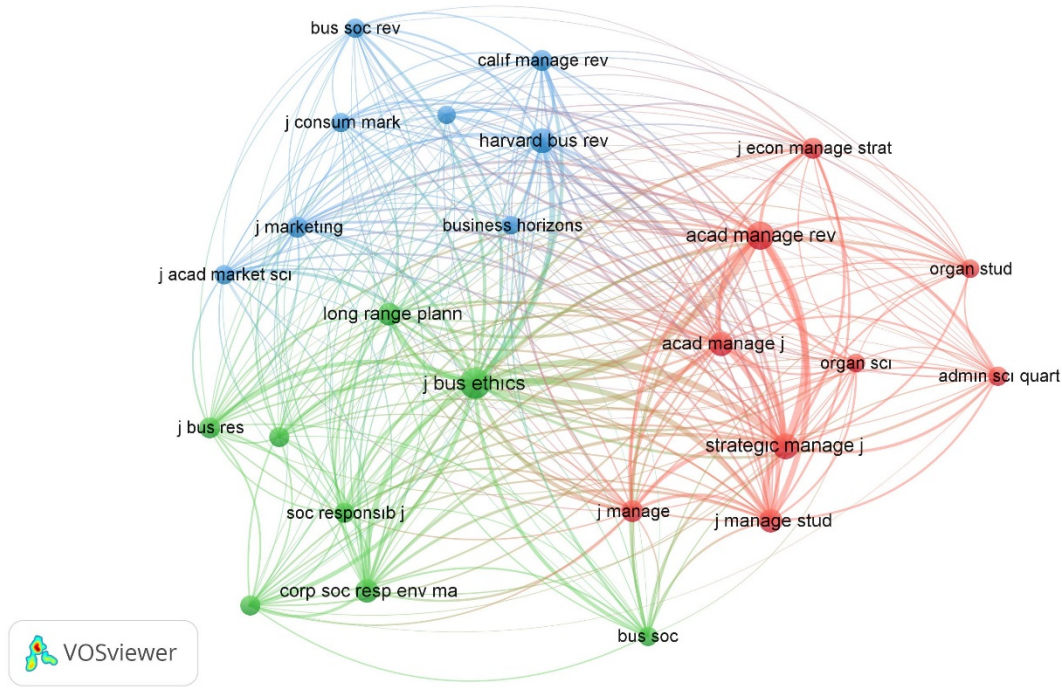
Tablo 5. Ortak Atıf Yapılan İlk 20 Yazar

Kümeler	Yazarlar	Ortak Atıf Sayıları	Bağlantı Sayıları	Toplam Gücü	Bağlantı
Küme 1 (Kırmızı)	Porter, Kramer M.R,	63	19	584	
	Carroll, A.B.	57	19	547	
	Freeman, R.E.	26	19	303	
	Burke, L.	25	19	250	
	Jamali, D.	15	19	179	
	Lantos, G.P.	15	19	161	
	Bhattacharya, S.	14	19	161	
	Friedman, M.	12	19	163	
	Waddock. S.	12	18	156	
	Du, S.S.	10	17	95	
	Porter M.	10	17	103	
Küme 2 (Yeşil)	McWilliams, A.	54	19	511	
	Baron, D.P.	23	19	222	
	Husted, B.W.	21	19	180	
	Orlitzky, M.	20	17	279	
	Hart, S.L.	12	18	165	
	Barney, J.	12	19	160	
	Siegel, D.S.	10	17	131	
	Waddock, S.A.	10	19	133	
Küme 3 (Mavi)	Wood, D.J.	11	19	143	

Yapılan analiz sonucunda üç ayrı kümede toplamda 20 makaleye ulaşılmıştır. Küme 1 olarak adlandırılan kırmızı alanda yer alan yazarlar genel olarak, iş Etiği (Carroll, 1991; Carroll, 2021), paydaş teorisi (Freeman, 1999) ve sosyal sorumluluk (Burke & Logsdon, 1996) ile ilgili konularda yapılan çalışmalarla yer almaktadır. Küme 2 olarak adlandırılan yeşil alanda yer alan yazarlar daha çok Kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik (Baron, 2007) ve stratejik KSS (McWilliams & Siegel, 2011; Orlitzky & Siegel, 2011) gibi konulara yönelik çalışmalar ile yer almaktadır. Küme 3 ya da mavi bölge olarak isimlendirilen alan ise sadece bir yazardan (Wood & Jones, 1995) oluşmaktadır. Bu yazar ise paydaş uyumsuzluğu ve kurumsal sosyal performans ile ilgili bir çalışma yayınlamıştır.

Çalışmaların Ortak Atıf Analizi

Stratejik KSS ile ilgili yapılan çalışmaların referans alanlarında en sık atıf yapılan dergilerin tespiti için ortak atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, minimum atıf sayısı 20 olan 25 çalışma belirlenmiştir. Çalışmaların ortak atıf ağı görselleştirmesi Şekil 4'te yer almaktadır.



Şekil 4. Dergilerin Ortak Atıf Ağı

Şekil 4'te 300 bağlantı ve 24.103 toplam bağlantı gücüne sahip olan 25 dergi üç kümede toplanmıştır. Küme 1 (kırmızı), Academic of Management Review (156 atıf), Strategic Management Journal (110 atıf), Academic of Management Journal (71 atıf) ve Journal of Management Studies (66 atıf) dergilerinin en yüksek atıf miktarına sahip olduğu toplamda 9 dergiden oluşmaktadır. Küme 2 (yeşil), Journal of Business Ethics (266 atıf), Long Range Planning (54 atıf) ve Journal of Clean Production (29 atıf) dergilerinin en yüksek atıf miktarına sahip olduğu toplamda 8 dergiden oluşmaktadır. Son küme olan Küme 3 (Mavi) ise Harvard Business Review (89 atıf), California Management Review (37 atıf) ve Journal of Marketing (36 atıf) en yüksek atıf miktarına sahip olduğu toplamda 8 dergiden oluşmaktadır. Bu veriler ile birlikte Tablo 5'te Stratejik KSS konusunda ortak atıf yapılan ilk 15 dergi yer almaktadır.

Tablo 6. Ortak Atıf Yapılan İlk 15 Dergi

Dergiler	Kümeler	Ortak Sayıları	Atıf Sayıları	Bağlantı Sayıları	Toplam Bağlantı Gücü
Journal of Business Ethics	Yeşil	266	24	7522	
Academy of Management Review	Kırmızı	156	24	5925	
Strategic Management Journal	Kırmızı	110	24	5222	
Harvard Management Journal	Mavi	89	24	2487	
Academy of Management Journal	Kırmızı	71	24	3324	
Journal of Management Studies	Kırmızı	66	24	3490	
Corporate Social Responsibility and Environmental Management	Yeşil	62	24	2111	
Long range Planning	Yeşil	54	24	1525	
Journal of Management	Kırmızı	42	24	1875	
Journal of Economics Management Strategy	Kırmızı	39	24	1013	
California Management Review	Mavi	37	24	1132	

Journal of Marketing Management	Mavi	36	24	1301
Journal of Business Research	Yeşil	35	24	1252
Social Responsibility Journal	Yeşil	32	24	945
Journal of Cleaner Production	Yeşil	29	24	1123

Tablo 6'ya göre en yüksek atf seviyesine sahip dergiler incelendiğinde 6 derginin kırmızı ve yeşil kümede 3 derginin ise mavi kümede oldukları saptanmıştır. Springer tarafından çıkartılan Journal of Business Ethics dergisinin atf sayısı 266 ile diğer dergilere göre ilk sırada iken Academy of Management Review dergisinin atf sayısı 156, Strategic Management Journal dergisinin atf sayısı ise 110 olarak tespit edilmiştir.

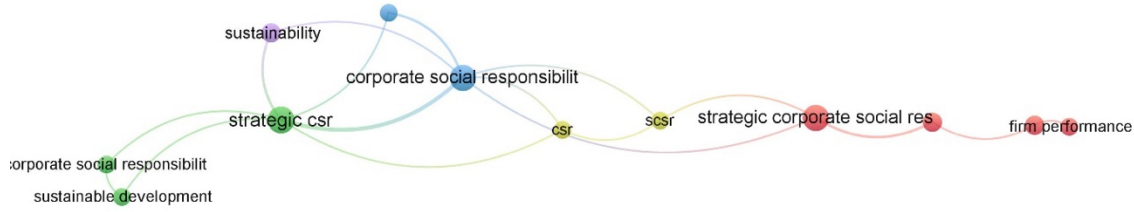
Anahtar Kelimelerin Birlikte Oluşma Analizi

Yapılan bu analiz yöntemi ile anahtar kelime birlikte oluşma analizi, anahtar kelimelerin birlikte ortaya çıktığı bir ağ oluşturmak amacıyla yapılmaktadır. Yapılan analizin sonucunda ortaya çıkan iki boyutlu harita ile iki anahtar kelime (iki küme) arasındaki mesafe tespit edilebilmektedir. Bu nedenle bir arada bulunma oranı daha yüksek olan anahtar kelimeler birbirine daha yakın bulunma eğilimindedir (Bornmann, Haunschild, & Hug, 2018, s. 430). Vosviewer programıyla yapılan analiz, en az 2 kez birlikte geçen anahtar kelimeler üzerinden gerçekleştirilmiş ve 5 farklı kümeye ayrılmıştır. Analiz kapsamında seçilen 12 anahtar kelime merkezli kümelerin ayrıntıları Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Yazar Anahtar Kelimelerinin Kümelenmesi

Küme	Anahtar Kelimeler	Birlikte Oluşum Sayısı	Bağlantı Sayısı	Toplam Gücü	Bağlantı
Küme 1 Kırmızı	Kriz Yönetimi	3	2	3	
	Firma Performansı	2	1	1	
	Stratejik Kurumsal Sosyal Sorumluluk	15	3	4	
	Stratejik Kurumsal Sosyal Sorumluluk (SKSS)	3	2	2	
Küme 2 Yeşil	Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS)	2	2	2	
	Stratejik KSS	18	6	11	
	Sürdürülebilir Kalkınma	2	2	2	
Küme 3 Mavi	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	14	6	11	
	Finansal Performans	2	2	3	
Küme 4 Sarı	KSS	2	3	3	
	SKSS	2	3	3	
Küme 5 Mor	Sürdürülebilirlik	3	2	3	

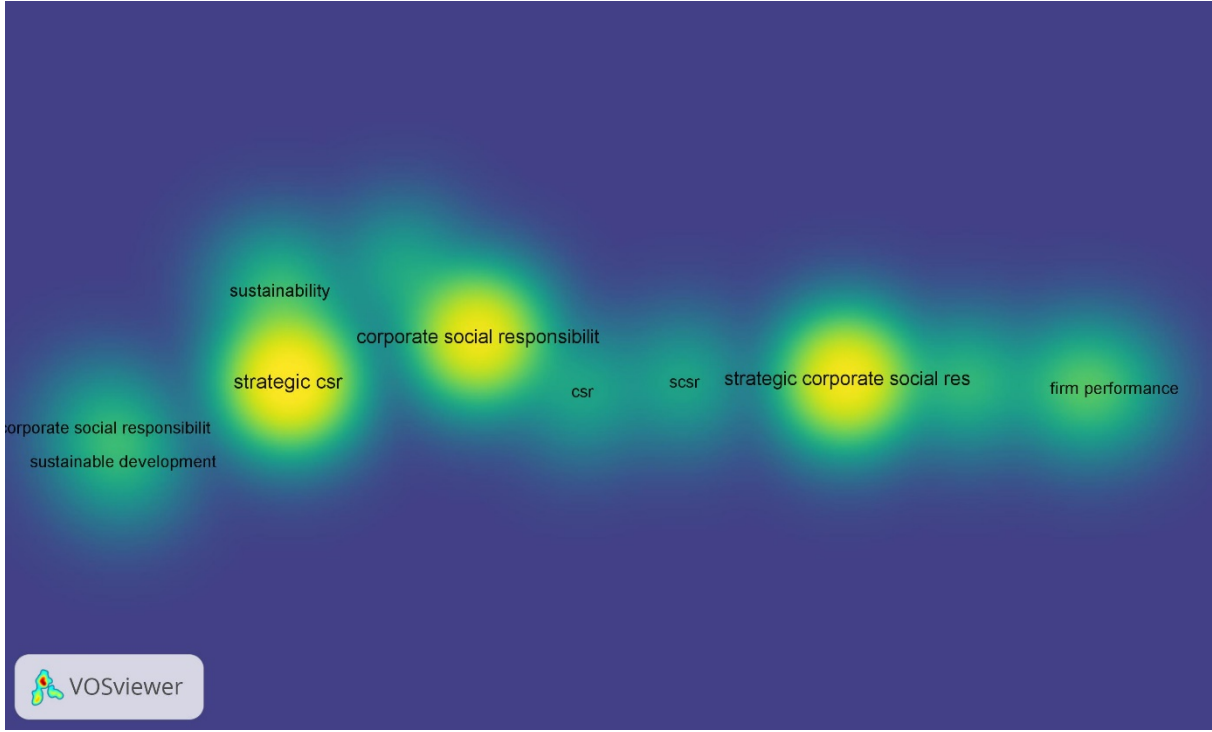
Stratejik KSS konusunda hazırlanan çalışmaların anahtar kelimelerine yönelik olarak yapılan anahtar kelimelerin birlikte oluşma ağını gösteren üç farklı harita gösterimi bulunmaktadır. Bu haritalama gösteriminden birincisi Şekil 5'te yer almaktadır. Şekil 5'te anahtar kelimelerin oluşturduğu 5 farklı küme gösterilmektedir.



Şekil 5. Anahtar Kelimelerin Ağ Görselleştirmesi

Şekil 5'te, Stratejik KSS ile ilgili çalışmalarda yer alan anahtar kelimelerin oluşturdukları 5 küme gösterilmektedir. Bu kapsamda en geniş çaplı küme olan küme 1 kırmızı renk ile gösterilmiş ve kriz yönetimi, firma performansı, stratejik kurumsal sosyal sorumluluk gibi konulara ilişkin çalışmalar yapılmıştır. Küme 2 yani yeşil ile görselleştirilen anahtar kelimeler arasında kurumsal sosyal sorumluluk, stratejik KSS ve sürdürülebilir kalkınma odaklı kelimeler görselleştirilmiştir. Küme 3 yani mavi ile gösterilen alanda kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans, küme 4 yani sarı ile gösterilen alanda KSS ve SKSS, küme 5 yani mor ile gösterilen alanda ise sürdürülebilirlik görselleştirilmiştir. Yapılan incelemede, stratejik KSS konusunda yer alan bileşenlerin kullanım alanlarına yönelik olarak, kriz dönemlerinde stratejik KSS uygulamaları (Ashraf, Afshan, & Sahibzada, 2022; Havlinova & Kukacka, 2023), sürdürülebilir kalkınma amacıyla stratejik KSS uygulamaları (Fonseca, Carvalho, & Santos, 2023), stratejik KSS'nin firma performansına etkileri (Maury, 2022) ve firma sürdürülebilirliği ve stratejik KSS ilişkisi (Kumar, Kumar, & Behura, 2022) gibi konularda çalışmaların yapıldığı belirlenmiştir.

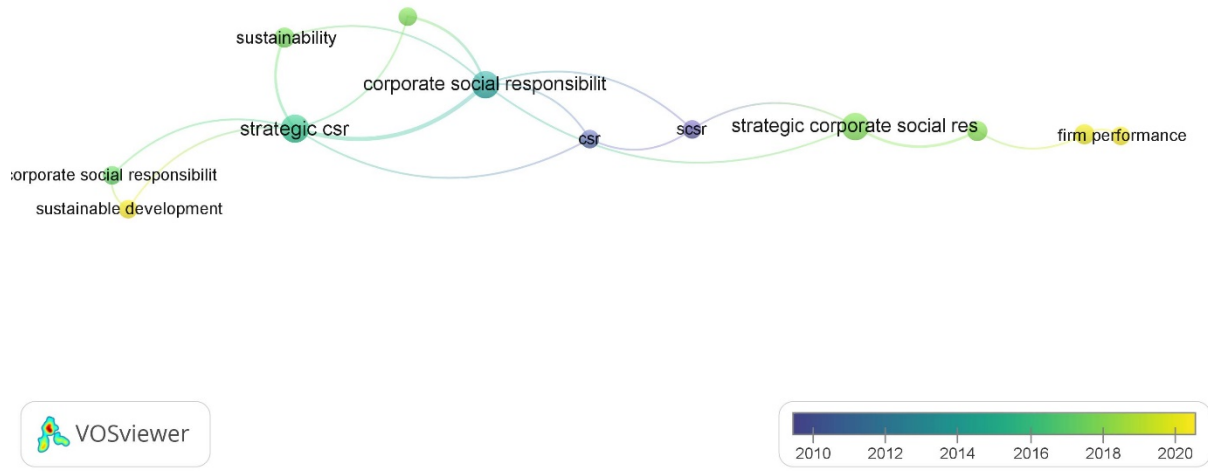
Anahtar kelimelerin birlikte oluşma ağı ile ilgili olarak ikinci harita olan yoğunluk görselleştirme haritası Şekil 6'da gösterilmektedir.



Şekil 6. Anahtar Kelimelerin Yoğunluk Görselleştirilmesi

Şekil 6'da sunulan haritada yer alan sarı ve yeşil renkler belirlenmiş alan içerisindeki makale yoğunluğunu görselleştirmektedir. Yeşilden sarıya doğru gittikçe makale yoğunluğu artış göstermektedir. Bu veriye göre stratejik KSS, kurumsal sosyal sorumluluk ve stratejik kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili bir anahtar kelime yoğunluğu görülmektedir. Ancak firma performansı, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilirlik konularının daha az yoğunluğu olan konu alanları olarak görülmektedir.

Anahtar kelimeler ile ilgili olarak hazırlanan üçüncü harita ise araştırma konularının zaman içerisindeki değişimlerine odaklı olarak hazırlanmıştır ve Şekil 7'de yer almaktadır. Bu harita ile yıllar itibarıyla hangi konulara eğilim gösterildiği keşfedilebilmektedir.



Şekil 7. Anahtar Kelimelerin Konu Eğilimleri Görünümü

Şekil 7’de oluşturulan haritada 2010-2020 arasında stratejik KSS alanında meydana gelen değişimler görülebilmektedir. İlk dönemlerde daha çok kurumsal sosyal sorumluluk odaklı olan çalışmaların 2014-2016 yılları arasında stratejik KSS odağına doğru kaydığı ifade edilebilir. Ayrıca haritanın son dönemlere yönelik verileri incelendiğinde firma performansı, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir gelişme odağında yapılan çalışmaların daha yoğun olduğu düşünülebilir. Genel bir değerlendirme ile ilk dönemlerde tanım odaklı kurumsal sosyal sorumluluk ve strateji kavramı ilişkilendirilirken sonraki dönemlerde stratejik KSS’nin kullanım ve uygulamalarının ön plana çıktığı ve çalışmaların da bu eksene doğru kaydığı ifade edilebilir.

Geleceğe Yönelik Beklentiler ve Araştırma Boşlukları

Stratejik KSS ile ilgili olarak yapılan incelemelerde alanın yıllara göre değişimi dikkate alındığında son dönemlerde çok hızlı olmasa da halen bir artışın olduğu tespiti yerinde olacaktır. Bu noktada alanın gelişmesi amacıyla araştırma boşluklarının belirlenmesi ve geleceğe yönelik önerilerde bulunulması önemli katkılar sağlayacaktır. Bu noktada anahtar kelimelerin birlikte bulunuş durumları göz önüne alınarak gelecek ile ilgili ortaya çıkacak tartışma ve araştırma alanlarının önerileri şu şekilde sunulabilir;

Stratejik KSS konusu geçmişte çok eskiye dayanmayan bir çalışma alanıdır. Özellikle kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkmasının ardından stratejik yönetim ile uyumlu hale gelmesi sonucu gelişme gösteren alan kapsamında kriz yönetimi, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, finansal performans gibi alanlarla ilgili çalışmaların yapıldığı ifade edilebilir. Bu alanlar daha çok son yıllarda dikkate alınan alanlar olarak göze çarpmakta ve Stratejik KSS’nin gelişim yönünü göstermektedir. Ancak anahtar kelime ortak bulunuş verilerine göre esasen işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performansları, yöneticilerin kişilik özellikleri, çok ulusluluk, örgütsel davranışlar, işletmelerin stratejik yönelimleri, müşteri sorumlulukları, rekabet avantajları ve kurumsal sosyal inovasyon gibi konuların halen yeterince keşfedilmeyen çalışma alanları olduğu söylenebilir. Gelecekte bu konularda daha fazla çalışma yapılacağı beklenmektedir.

Bu bilgilerin yanında elde edilen verilerin ortaya koyduğu bir diğer nokta stratejik KSS ile ilgili ampirik araştırma eksikliğidir. Yang, Su ve Sun (2021, s. 12) KSS uygulamalarının firmaların iş stratejileriyle bütünleşme derecelerinin ve stratejik KSS’nin nesnel ve doğrusal bir biçimde ölçümünün yapılmaması durumu halen devam ettiğini vurgulamakta ve stratejik KSS’nin önemini anlaşılabilirliği için daha fazla araştırmanın yapılmasının

gerekliliği ifade etmektedirler. Bu yönüyle stratejik KSS'nin halen gelişim aşamasında olan bir alan olduğu söylenebilir.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada, stratejik KSS alanındaki bilimsel araştırmaların değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışmada, Web of Science (WoS) veri tabanında indekslenen ve 2002-2024 yılları arasında stratejik KSS ile ilgili hazırlanan 344 bilimsel çalışmanın bibliyometrik analizi sunulmuştur. Bu analiz, stratejik KSS konusuna ilişkin ülkeleri, etkili yazarları, önemli makaleleri, en çok incelenen temaları ve dikkat çeken dergileri belirleyerek mevcut araştırmalar hakkında kapsamlı bir bakış açısı sunmanın yanında gelecekte yapılacak olan çalışmalar için genel bir çerçeve oluşturmayı amaçlamaktadır. Yapılan bu araştırmada, veri analizi sürecinde performans analizi ve entelektüel yapı analizi gibi bibliyometrik yaklaşımlar kullanılmıştır.

Performans analizi kapsamında yapılan analizler sonucunda yıllık yayın eğilimleri 2002-2012, 2013-2019 ve 2020-2024 olmak üzere üç ayrı dönemde incelenmiştir. Konu ile ilgili ilk çalışma 2002 yılında Lantos (2002) tarafından yazılan ve Journal of Consumer Marketing dergisinde yayınlanan "The Ethicality of Altruistic Corporate Social Responsibility- Fedakâr Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Etikliği" başlıklı makaledir. Makalenin stratejik KSS ile ilgili en önemli çıkarımı, işletmenin uzun vadeli sürdürülebilirliğine katkı sağlayacağını ifade etmesi ve stratejik olarak KSS'nin değerlendirilmesi sonucu işletmenin ekonomik olmayan hedeflere de yönelmesi gerektiğidir. WoS verilerine göre yazarın ilgi alanları, işletme ve ekonomi, iletişim ve psikolojidir ve yazarın yazdığı makaleler arasında en fazla atıf alan makalesi yine belirtilen makaledir. Yıllara göre dağılım dikkate alındığında, ikinci dönem olan 2013-2019 yılları arasında en fazla bilimsel yayın üretimi gerçekleşmiş ve toplamda 160 çalışma yayınlanmıştır. En fazla yayının yapıldığı 2019 yılında ise toplam yayın sayısının %11,63'ünü oluşturan 40 çalışma yayınlanmıştır.

Performans analizi kapsamında yapılan bir diğer analiz ise çalışmaların ülkelere göre dağılımıdır. Bu kapsamda bilimsel yayın üretimi daha çok ABD, Çin ve İngiltere'de yoğunlaşmaktadır. Benzer bir şekilde (Quezado, Cavalcante, Fortes, & Ramos, 2022) tarafından yapılan çalışmada ABD, Çin ve İngiltere'nin kurumsal sosyal sorumluluk konulu araştırmalarda lider konumunda olduğu vurgulanmıştır. Aynı makalede ABD'nin Çin ile birlikte bütün yayınların %31'ini oluşturduğu ve bu araştırma alanındaki iki büyük potansiyeli temsil ettikleri ifade edilmiştir. Atıf sayısı dikkate alındığında ise en yüksek atıf Kanada'da yayınlanan çalışmalara yapılmıştır. Çalışma kapsamında yapılan bir diğer analiz olan bibliyometrik eşleştirme analizi sonuçlarına göre Çin, ABD ve Avustralya gibi ülkelerin diğer ülkelerle güçlü bağlantılarının olduğu görülmektedir. Yayınlanan makalelerin dağılımı incelendiğinde yayınların %45,92'si Emerald, Springer ve Wiley yayınevlerine ait olan dergilerde yayınlanmıştır. Bu dergiler arasından en çok yayın ve atıf yapılan dergi, Journal of Business Ethics dergisidir. Stratejik KSS ile ilgili olarak hazırlanan ve en çok atıf değerine sahip olan makale ise McWilliams ve Siegel (2011) tarafından yazılan "Değer Yaratmak ve Yakalamak: Stratejik Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kaynak Temelli Teori ve Sürdürülebilir Rekabet Avantajı" adlı makaledir.

Entelektüel yapı analizi kapsamında, atıfta bulunan yazarların ortak atıf analizi ile birlikte dergilerin ortak atıf analizi ve çalışmalarda yer alan anahtar kelimelerin birlikte oluşma analizi gerçekleştirilmiştir. Atıfta bulunan yazarlara yönelik olarak yapılan ortak atıf analizi kapsamında, en çok atıf yapılan yazar, Porter (2006), Carroll (1991) ve McWilliams ve Siegel (2011) olarak tespit edilmiştir. Bu veri Quezado ve diğerleri (2022) tarafından yapılan analiz ile desteklenmektedir. En çok atıf alan yazarlardan Michael Porter strateji, rekabet avantajı ve stratejik bakış açısı odaklı çalışmalar yapmaktadır. Stratejik KSS konusunda makale yayınlayan dergilerin ortak atıf analizi kapsamında yapılan çalışmada Journal of Business Ethics dergisinin 266 ortak atıf aldığı, Academy of Management Review dergisinin 156, Strategic Management Journal dergisinin ise 110 ortak atıf aldığı belirlenmiştir. Anahtar kelimelerin birlikte bulunuşlarına yönelik olarak yapılan analiz kapsamında, Stratejik KSS, stratejik kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal sosyal sorumluluk gibi anahtar kelimelerin yoğun bir biçimde birlikte bulunuş gösterdiği tespit edilmiştir.

Bu çalışmada bibliyometrik analiz yapılarak stratejik KSS konusunda araştırma alanının entelektüel bir haritasını oluşturması ve araştırmacıların bu konudaki gelişmeleri hızlı bir biçimde görebilmesine yardımcı olması beklenmektedir. Yapılan bu çalışmanın bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. Yapılan analiz 2024 yılı başında gerçekleştirildiği için bu yılın bütün verilerini kapsamamaktadır. Çalışma da ayrıca sadece Web of Science (WoS)

veri tabanının kullanılması Scopus, Google Scholar gibi diğer veri tabanlarının araştırılmaması da önemli bir sınırlılık olarak kabul edilmektedir.

Kaynakça

- Acar, S., Çelik, S., & Künc, S. (2020). Sürdürülebilir Kalkınmanın Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Boyutları Kapsamında İncelenmesi. M. Mete (Dü.) içinde, *İktisadi ve İdari Bilimlerde Teori ve Araştırmalar II* (s. 453-474). Gece Kitaplığı.
- Alsharif, A., Salleh, N., & Baharun, R. (2020). Bibliometric analysis. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(15), 2948-2962.
- Amran, A., Lee, S. P., & Devi, S. S. (2014). The influence of governance structure and strategic corporate social responsibility toward sustainability reporting quality. *Business Strategy and the environment*, 2014, 217-235.
- Arruda, H., Silva, E. R., Lessa, M., Proença Jr, D., & Bartholo, R. (2022). VOSviewer and bibliometrix. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 110(3), 392-395.
- Ashraf, Z., Afshan, G., & Sahibzada, U. F. (2022). Unpacking strategic corporate social responsibility in the time of crisis: A critical review. *Journal of Global Responsibility*, 13(2), 127-156.
- Baron, D. P. (2001). Private politics, corporate social responsibility, and integrated strategy. *Journal of economics & management strategy*, 10(1), 7-45.
- Baron, D. P. (2007). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(3), 683-717.
- Belu, C., & Manescu, C. (2013). Strategic corporate social responsibility and economic performance. *Applied Economics*, 45(19), 2751-2764.
- Bornmann, L., Haunschild, R., & Hug, S. E. (2018). Visualizing the context of citations referencing papers published by Eugene Garfield: A new type of keyword co-occurrence analysis. *Scientometrics*, 114, 427-437.
- Bowen, H. R. (2013). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.
- Burke, L., & Logsdon, J. M. (1996). How corporate social responsibility pays off. *Long range planning*, 29(4), 495-502.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A. B. (2021). Corporate social responsibility: Perspectives on the CSR construct's development and future. *Business & Society*, 60(6), 1258-1278.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International journal of management reviews*, 12(1), 85-105.
- Contreras, F., & Abid, G. (2022). Social sustainability studies in the 21st century: A bibliometric mapping analysis using VOSviewer Software. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 16(1), 167-203.
- Donnelly, T., & Wickham, M. (2021). Exploring the antecedent resources and capabilities of strategic corporate social responsibility. *Social Responsibility Journal*, 17(7), 985-1006.
- European Commission. (2024, 04 09). *European Commission*. https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-sustainability-and-responsibility_en#what-is-corporate-social-responsibility adresinden alındı
- Feng, Y., Zhu, Q., & Lai, K. H. (2017). Corporate social responsibility for supply chain management: A literature review and bibliometric analysis. *Journal of Cleaner Production*, 158, 296-307.

- Fonseca, L., Carvalho, F., & Santos, G. (2023). Strategic CSR: Framework for Sustainability through Management Systems Standards—Implementing and Disclosing Sustainable Development Goals and Results. *Sustainability*, 15(15).
- Freeman, R. E. (1999). Can stakeholder theorists seize the moment? *Journal of Corporate Citizenship*, 36, 21-24.
- Galan, J. I. (2006). Corporate social responsibility and strategic management. *Journal of Management Studies*, 43(7), 1629-1641.
- Galbreath, J. (2010). The impact of strategic orientation on corporate social responsibility. *International Journal of Organizational Analysis*, 18(1), 23-40.
- Gugler, P., & Shi, J. Y. (2009). Corporate social responsibility for developing country multinational corporations: lost war in pertaining global competitiveness? *Journal of business ethics*, 87, 3-24.
- Havlinova, A., & Kukacka, J. (2023). Corporate social responsibility and stock prices after the financial crisis: The role of strategic CSR activities. *Journal of Business Ethics*, 182(1), 223-242.
- Hırlak, B., & Çolakoğlu, E. (2023). Marka Vatandaşlık Davranışı Literatürünün Bibliyometrik Analizi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1532-1551.
- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2007). Strategic corporate social responsibility and value creation among large firms: lessons from the Spanish experience. *Long range planning*, 40(6), 594-610.
- Jamali, D. (2007). The case for strategic corporate social responsibility in developing countries. *Business and Society Review*, 112(1), 1-27.
- Jamali, D. R., El Dirani, A. M., & Harwood, I. A. (2015). Exploring human resource management roles in corporate social responsibility: The CSR-HRM co-creation model. *Business Ethics: A European Review*, 24(2), 125-143.
- Kim, M., Kim, B., & Oh, S. (2018). Relational benefit on satisfaction and durability in strategic corporate social responsibility. *Sustainability*, 10(4), 1-18.
- Kişİ, N. (2022). İnsan kaynakları yönetiminde yapay zeka: Bibliyometrik bir analiz. *Journal of Research in Business*, 7(2), 490-514.
- Kumar, A., Kumar, A., & Behura, A. K. (2022). The strategic corporate social responsibility (CSR) for sustainable corporate (Business). *Wisdom*, 3(23), 214-224.
- Lantos, G. P. (2002). The ethicality of altruistic corporate social responsibility. *Journal of consumer marketing*, 19(3), 205-232.
- Li, J. C., Benamraoui, A., Shah, N., & Mathew, S. (2021). Dynamic Capability and strategic corporate social responsibility adoption: Evidence from China. *Sustainability*, 13(10), 1-19.
- Lin, K. J., Tan, J., Zhao, L., & Karim, K. (2015). In the name of charity: Political connections and strategic corporate social responsibility in a transition economy. *Journal of Corporate Finance*, 32, 327-346.
- Liu, Y., & Xu, H. (2022). Strategic corporate social responsibility with spillover effect in innovation. *Nankai Business Review International*, 13(2), 318-339.
- Maury, B. (2022). Strategic CSR and firm performance: The role of prospector and growth strategies. *Journal of Economics and Business*, 118, 1-16.
- McWilliams, A., & Siegel, D. S. (2011). Creating and capturing value: Strategic corporate social responsibility, resource-based theory, and sustainable competitive advantage. *Journal of management*, 37(5), 1480-1495.
- Mellahi, K., Frynas, J. G., Sun, P., & Siegel, D. (2016). A review of the nonmarket strategy literature: Toward a multi-theoretical integration. *Journal of management*, 143-173.

- Meseguer-Sánchez, V., Gálvez-Sánchez, F. J., López-Martínez, G., & Molina-Moreno, V. (2021). Corporate social responsibility and sustainability. A bibliometric analysis of their interrelations. *Sustainability*, *13*, 1-18.
- Michelon, G., Boesso, G., & Kumar, K. (2013). Examining the link between strategic corporate social responsibility and company performance: An analysis of the best corporate citizens. *Corporate social responsibility and environmental management*, *20*(2), 81-94.
- Mitra, N. (2021). Impact of strategic management, corporate social responsibility on firm performance in the post mandate period: evidence from India. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, *6*(3), 1-15.
- Nicole, S. J., Lada, S., Ansar, R., Abdul Adis, A. A., Fook, L. M., & Chekima, B. (2022). Corporate social responsibility and strategic management: a bibliometric Analysis. *Sustainability*, *14*(17), 1-14.
- Nqumba, B. M., & Scheepers, C. B. (2023). Authentic leadership's influence on strategic corporate social responsibility in South Africa: mediated by participative decision-making. *European Business Review*, *35*(2), 161-183.
- Orlitzky, M., & Siegel, D. S. (2011). Strategic corporate social responsibility and environmental sustainability. *Business & society*, *50*(1), 6-27.
- Palazzo, M., Vollero, A., & Siano, A. (2020). From strategic corporate social responsibility to value creation: An analysis of corporate website communication in the banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, *38*(7), 1529-1552.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, *84*(12), 78-92.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and Society. *Harvard Business Review*, *84*(12), 78.
- Quezado, T. C., Cavalcante, W. Q., Fortes, N., & Ramos, R. F. (2022). Corporate social responsibility and marketing: a bibliometric and visualization analysis of the literature between the years 1994 and 2020. *Sustainability*, *14*(3), 1-24.
- Ramos-Monge, E. L., Llinas-Audet, X., & Barrena-Martinez, J. (2017). Universities as corporate entities: The role of social responsibility in their strategic management. *InTech*, 199-215. doi:<https://doi.org/10.5772/intechopen.69931>
- Russo, A., & Perrini, F. (2010). Investigating stakeholder theory and social capital: CSR in large firms and SMEs. *Journal of Business ethics*, *91*, 207-221.
- Shiu, Y. M., & Yang, S. L. (2017). Does engagement in corporate social responsibility provide strategic insurance-like effects? *Strategic management journal*, *38*(2), 455-470.
- Sousa Filho, J. M., Wanderley, L. S., Gómez, C. P., & Farache, F. (2010). Strategic corporate social responsibility management for competitive advantage. *BAR-Brazilian Administration Review*, *7*, 294-309.
- Su, K., Liu, C., & Zhang, M. (2024). The optimization of a corporate social responsibility management system based on service-orientated architecture under the concept of sustainable development. *Technological Forecasting and Social Change*, *200*, 1-8.
- Vázquez, D. G., & Juárez, L. E. (2022). Strategic corporate social responsibility orientation: from gathering information to reporting initiatives. *Revista de contabilidad= Spanish accounting review:[RC-SAR]*, *25*(1), 89-106.
- Vishwanathan, P., van Oosterhout, H., Heugens, P. P., Duran, P., & Van Essen, M. (2020). Strategic CSR: A concept building meta-analysis. *Journal of Management studies*, *57*(2), 314-350.
- Vitolla, F., & Rubino, M. (2013). Strategic corporate social responsibility: a theoretical framework. *African Journal of Business Management*, *7*(29), 2890-2904.

- Waldman, D. A., Siegel, D. S., & Javidan, M. (2006). Components of CEO transformational leadership and corporate social responsibility. *Journal of management studies*, 43(8), 1703-1725.
- Wood, D. J., & Jones, R. E. (1995). Stakeholder mismatching: A theoretical problem in empirical research on corporate social performance. *The International Journal of Organizational Analysis*, 3(3), 229-267.
- Yang, Z., Su, H., & Sun, W. (2021). Can strategic corporate social responsibility drive corporate innovation? *South African Journal of Business Management*, 52(1), 1-12.

EXTENDED SUMMARY

The concept of strategic Corporate Social Responsibility (CSR) emerged as a result of the alignment between strategy and CSR, tracing back to its originator Baron (2001). In this context, strategic CSR refers to a strategy that can be viewed as socially responsible, aiming to maximize organizational profitability (Baron, 2001, p. 17). Organizations adopt strategic CSR by utilizing CSR practices as a tool to achieve a win-win situation, integrating CSR practices with strategic concerns (Li, Benamraoui, Shah, & Mathew, 2021, p. 1). Strategic CSR entails an organization addressing both its value chain and environmental impacts concurrently to gain competitive advantage (Nicole et al., 2022, p. 2). It not only focuses on social concerns but also provides core business benefits by emphasizing shared value with stakeholders (Palazzo, Voller, & Siano, 2020, p. 1530). From this perspective, the main argument of the strategic CSR perspective is that the closer social issues are related to the organization's business, the greater the opportunity to leverage resources and provide benefits to society (Belu & Manescu, 2013, p. 2753).

The conceptualization of strategic CSR was first coined by Baron (2001, p. 17), who developed a perspective stating that it is the motivation behind actions defined as socially identifying, rather than specifically responsible actions. Carroll (1991, p. 42) defines strategic CSR as the process of managing organizations' activities in line with societal expectations and ensuring sustainability. Similarly, Carroll and Shabana (2010) describe it as the integration of organizations' CSR activities with business strategies. Porter and Kramer (2006) define "Strategic Corporate Social Responsibility" as aiming to align organizations' competitive advantages with sustainable development goals. McWilliams and Siegel define strategic CSR as enabling companies to achieve long-term competitive advantage either by acting ethically to prevent or mitigate harm to society or by actively giving back to society and meeting societal expectations for philanthropic purposes (McWilliams & Siegel, 2011, p. 1483). Based on these definitions, strategic CSR can be expressed as the process of managing organizations' activities in line with societal expectations while also ensuring sustainability. It aims to enable organizations to gain competitive advantage through integrating socially responsible activities with business strategies. Additionally, strategic CSR supports companies in achieving long-term success by giving back to society actively, without causing harm or by mitigating harm and meeting societal expectations.

This study adopts bibliometric analysis to gain a deeper understanding of academic contributions in the literature. Bibliometric analysis is a research approach aimed at understanding global research trends in specific fields through outputs of academic publications available in databases such as Scopus and Web of Science (WoS) (Alsharif, Salleh, & Baharun, 2020, p. 2949). The study sought answers to the following questions:

1. How is the distribution of studies on strategic CSR by year?
2. Which journals, authors, articles, and countries have the greatest academic impact on strategic CSR?
3. What are the general research trends in strategic CSR?
4. What are the potential research areas for future research on strategic CSR?

To answer these questions, the existing literature on strategic CSR was reviewed, and data were collected and analyzed. In this study, a bibliometric analysis was conducted using a two-stage methodological approach designed for data collection and analysis (Kışı, 2022, p. 494). The study employed two analysis methods. The first method involved statistical analysis of authors, journals, articles, countries, citations to the studies, and keywords. Microsoft Excel was used for this analysis. The second analysis involved the creation of bibliometric maps of the included studies. VOSviewer (1.6.20) analysis software was used for this analysis.

As part of the performance analysis, another analysis conducted was the distribution of studies by countries. In this context, scientific publications are concentrated mainly in the USA, China, and the UK. Similarly, in a study by Quezado, Cavalcante, Fortes, & Ramos (2022), it was emphasized that the USA, China, and the UK are leading in research on corporate social responsibility. The same article stated that the USA and China together accounted for 31% of all publications in this research field, representing two major potentials in the research field. Regarding the number of citations, the highest number of citations was made to studies published in Canada. According to another analysis conducted in the study, bibliometric coupling analysis results show strong connections of countries such as China, the USA, and Australia with other countries. When examining the distribution of published articles, it was found that 45.92% of the publications were published in journals affiliated with Emerald, Springer, and Wiley publishing houses. Among these journals, the most published and

cited journal is the Journal of Business Ethics. The most cited article related to strategic CSR is the article titled "Creating and Capturing Value: Strategic Corporate Social Responsibility, Resource-Based Theory, and Sustainable Competitive Advantage" written by McWilliams and Siegel (2011).

As part of the intellectual structure analysis, joint citation analysis of citing authors, joint citation analysis of journals, and co-occurrence analysis of keywords in the included studies were conducted. In the joint citation analysis of citing authors, the most cited authors were identified as Porter (2006), Carroll (1991), and McWilliams and Siegel (2011). This data is supported by the analysis conducted by Quezado et al. (2022). Among the most cited authors, Michael Porter conducts studies focusing on strategy, competitive advantage, and strategic perspectives. In the joint citation analysis of journals publishing articles related to strategic CSR, it was found that the Journal of Business Ethics received 266 joint citations, the Academy of Management Review received 156, and the Strategic Management Journal received 110 joint citations. In the co-occurrence analysis of keywords, it was determined that keywords such as Strategic CSR, strategic corporate social responsibility, and corporate social responsibility frequently co-occurred.