

# SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇIKLAMALARI KAPSAMINDA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN KÂRLILIK ÜZERİNE ETKİSİ: BİST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİNDE BİR ARAŞTIRMA\*

Prof. Dr. Azzem ÖZKAN\*\*

Doç. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ\*\*\*

Bahşende TAŞDEMİR\*\*\*\*

Muhasebe Bilim  
Dünyası Dergisi  
Eylül 2018; 20(3); 560-577

## ÖZ

Sürdürülebilirlik Endeksinin Borsa İstanbul'da 2014 yılından itibaren yayınlanması ülkemizde sürdürülebilir kalkınmayı hedef alan işletmeler açısından son derece önemli bir gelişme olmuştur. Araştırmanın temel amacı, sürdürülebilirlik raporları kapsamında işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açıklamalarının finansal performansları üzerinde etkisi olup olmadığını tespit etmektir. Bu araştırmanın örneklemini Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan 35 işletme oluşturmaktadır. Araştırma bulgularına göre işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk açıklamalarının kârlılık oranları üzerine pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bulguların ardından araştırmanın bazı kısıtları olduğuna vurgu yapılmış ve gelecekte araştırma yapacaklar için bazı önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilirlik, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Finansal Performans

**JEL Sınıflandırması:** M40, M49

## THE EFFECT OF INSTITUTIONAL SOCIAL RESPONSIBILITY WITHIN THE CONTEXT OF SUSTAINABILITY STATEMENTS ON PROFITABILITY: A RESEARCH ON BIST SUSTAINABILITY INDEX

### ABSTRACT

The publication of the Istanbul Stock Exchange Sustainability Index since 2014 has been an extremely important development in terms of businesses aiming at sustainable development in our country. The

\* Bu çalışma; 11-13 Ekim 2017 tarihlerinde Tiran'da düzenlenen, 14. Uluslararası Muhasebe Konferansı'nda (MODAV-ICA 2017) bildiri olarak sunulmuş olup gözden geçirilmiştir. Makale gönderim tarihi: 05.02.2018; kabul tarihi: 07.09.2018.

\*\* Erciyes Üniversitesi, İİBF, azzem@erciyes.edu.tr, orcid.org/0000-0001-5901-3314.

\*\*\* Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İİBF, sgungor@nevsehir.edu.tr, orcid.org/0000-0002-0675-2479.

\*\*\*\* Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, SBE Doktora Öğrencisi, bahsendemucuk@hotmail.com, orcid.org/0000-0002-3760-8963.

main purpose of the survey is to determine whether businesses are affected by financial statements of corporate social responsibility statements as part of their sustainability reports. The sample of this research is composed of 35 enterprises located in Borsa Istanbul Sustainability Index. Research findings show that firms have a positive effect on profitability ratios of corporate social responsibility disclosures. After the findings emphasized that there are some limitations of the research and some suggestions were made for future researches.

**Keywords:** Sustainability, Corporate Social Responsibility, Financial Performance

**JEL Classification:** M40, M49

## 1. GİRİŞ

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı sanayi devrimi ile tüketmeyi alışkanlık haline getirmiş toplumların iktisadi ve ekonomik hayatının esasını oluşturduğu global ortamda bulunan çevreyle, toplumla ve iktisadi hayatla ilgili olumsuzluklara çözüm sağlayabilme seçeneklerinden biri olarak ortaya çıkmıştır. Kaosların arka arkaya görüldüğü 1970'den itibaren ülkelerin yönetimleri, çalışma hayatı ve toplumlar arasında önem kazanmaya başlamıştır.

Türkiye için ise Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ahilik sistemi ile benzerlik gösterse ve iyilik yapmak ile karıştırılsa da bahse konu kavramın gelişim göstermesinin esas nedeni 1980 yılı sonrası gerçekleşen liberal ekonomi ile biçimlenmesidir. Bu aşamada üretme ve tüketme işlevlerinin lokal esnaflardan ve kişilerden, ülke ve devletlerarası üretme ve tüketme işlevine geçiş göstermesi bir başlangıçtır. 2000 yılından başlayarak firmaların kârlılık seviyelerinde artış gösterme taraflı satma yöntemlerini kuvvetlendirme gereksinimi, elde edilemeyen pazar türlerinin yaygınlaşması, itibar yönetiminin alıcıların algılarında yer bulması, düzenli sektörler ile devlet yönetiminin bağlantılarında gelişim sağlanması, ham madde ve enerjinin fiyatlarında bulunan ve kullanım aşamasındaki artma ile verimli olma hususuna dikkat çekilmesi gibi hususlar sebebiyle Kurumsal Sosyal Sorumluluk algısı, gereksinimi ve uygulama türleri hem çalışma hayatının hem de akademik çevrenin dikkatini çekmiştir. Türkiye'de sermaye pazarının batılı benzerlerine göre bir dağılım göstermemesi, profesyonel idareciliğin başarılı bir şekilde yapılmaması gibi sebeplerle Kurumsal Sosyal Sorumluluk yaklaşımı ve kültürü Türkiye'de sınırlı bir düzeyde gelişim göstermiştir. Türkiye'de, gelir düzeyinde artış görülmesi, tüketicilerin daha bilgili olmaları, Kurumsal Sosyal Sorumluluk uygulama türlerinin önem

derecesini arttırmıştır. Buna paralel olarak tüketicilerin de itibarının güçlenmesini arzulayan markaların ve firmaların bu kapsamdaki projeleri ile iletişim kurma çabaları artış göstermiştir.

Günümüzde de birey, toplum ve çevre koşullarının işletmelerin sürdürülebilir kalkınma yolunda kurumsal yönetime eklenmesi ile pek çok işletmenin Kurumsal Sosyal Sorumluluk veya Sürdürülebilirlik Raporları yayımlayarak çevre, sosyal, ekonomik ve yönetim konularındaki faaliyetleri ve çabaları hakkında paydaşlarını aydınlattığı ve borsalarında işletmelerle ilgilenen yatırımcılara şeffaf bilgi sunmalarını ve ihtiyaçları olan ürün ve hizmeti sağlamak amacıyla bir takım faaliyetler yürüttükleri görülmektedir. İşletmeler de bu çerçevede sadece ekonomik getiriye değil meydana getirdikleri faaliyetlerin sosyal ve çevresel risklerini de göz önünde bulundurup tedbir alma yönünde adımlar atmış, ilerleme göstermişlerdir. Artık sadece işletmeler değil tüketiciler de almayı düşündükleri veya araştırdıkları ürünün çevreye olan etkilerini ve sonuçlarını incelemektedirler. Paydaşlar da söz konusu durumlarda işletmelerden şeffaf bilgi beklemektedirler. İşletmelerin yalnızca kâr amaçlı yönetim stratejilerinin uzun dönemde sürdürülebilirlik açısından başarısızlıkla sonuçlanabileceği görülmektedir.

Finansal performans, bir işletmenin karlılık ve yatırım amacıyla risk alabilme ve rekabet edebilme yeteneği olarak tanımlanabilmektedir (Karatepe 2008, 89). Günümüzde işletmeler toplum tarafından sadece bilançoları, karları gibi finansal sermayeleri ile değil aynı zamanda sosyal sorumluluk anlayışları ile de değerlendirilmektedir (Ateşoğlu ve Türker 2010, 210).

Bu araştırmanın amacı BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde bulunan 35 işletmenin, faaliyet raporlarında yer alan kurumsal sosyal sorumluluk açıklamalarını ve finansal performansı etkileyip etkilemediğini test etmektir. Ek olarak işletmelerin kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili faaliyetlerinin yatırımcılar veya işletmenin çevresindekileri etkileyip etkilemediğini dikkate alınarak; söz konusu işletmelerin finansal performans ile kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada ilk olarak sürdürülebilirlik kavramına ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramına değinilmiş, ardından kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının muhasebe ve finansman açısından değerlendirilmesi yapılmış daha sonra da elde edilen sonuçlar değerlendirilerek önerilerde bulunulmuştur.

## 2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI

Günümüzde değişim, teknolojik gelişmeler, yaşam kalitesi, refah seviyesi, küreselleşme, sanayileşme, ekonomi gibi terimler karşı konulamaz şekilde sürdürülebilirlik düşünce ve anlayışının gelişmesine yardımcı olmuştur. Hemen hemen insanlık tarihinin geçmişi kadar eskiye dayanan sürdürülebilirlik kavramının, dünya gündemini oldukça etkilediğini belirtmek gerekir. En can alıcı noktada sürdürülebilirliğin kendine yer edindiği günümüz dünyasında birçok bilim dalında kullanılmaya başlayan bu kavramın, ülke çapıyla sınırı kalmayıp uluslararası genişliğe ulaştığı gözlenmiştir (Doğru 2012, 5).

Bilinen en yaygın tanımıyla sürdürülebilirlik; sosyoekonomik sistemin (SES) güncel taleplerinin, gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanmasını önlemeyecek veya engellemeyecek şekilde, bugünden karşılanması demektir (Gönenç ve Wolflin 2004, 1).

İşletmeler için birçok yararı olan sürdürülebilirlik uygulamaları, bir yük olarak görülmemelidir. Birçok görüşün tam tersine sürdürülebilirlik, maliyet artışına neden olmamakta, aksine maliyetleri düşürmektedir ve kârlılığın sürdürülebilmesinin yanı sıra, faydanın güç kazanmasını sağlamaktadır (Nidumolu ve diğerleri. 2009; Høgevold ve Svensson 2012).

Kurumsal sürdürülebilirliğin, günümüzün etkin ve canlı iş hayatında yeni bir yönetim bakış biçimi olarak ortaya çıktığını belirtmek doğru olacaktır. Bu yaklaşım, işletmelerin finansal performans başarılarının yanında toplumsal gereksinimlerini de karşılayabilme ve çevresel hassasiyetin sürdürülebilirlik açısından hayati önemi ve zorunluluğunu savunmaktadır (Sarıkaya ve Kara 2007, 225–226).

## 3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Kurumsal sosyal sorumluluk ibaresi ilk kez ekonomist Howard R. Bowen'ın (1953) "İş Adamlarının Sosyal Sorumlulukları" kitabı ile dile getirilmiştir. Bowen işletmelerin toplum değerleri ile uyumlu politikalar benimseyip uygulaması gerekliliğini vurgulamıştır (Balı ve Cinel 2011, 48). Toplum değerine uyumlu olması gereken politikalar ile kastedilen unsur sosyal sorumluluktur. İş adamlarının sosyal sorumluluk bilinci ile hareket edip faaliyette bulunmalarının ekonomik problemlerin iyileştirilmesine yardımcı olacağı aynı doğrultuda iktisadi amaçlara ulaşmada getiri sağlayacağı ifade edilmiştir (Gür 2012, 90).

1960'lı yıllara bakıldığında; çevreye duyarlı üretim, tüketicilerin hakları, çalışanların hakları, asgari ücret, sigortalı çalışma vb. birçok konu ele alınmıştır. Bu konularla ilgili yardımcı olunacak öneriler dile getirilmiştir. Bu yıllar aynı zamanda ırk ayrımı ve kadın hakları hususlarında önemli aşamalar kaydedilip, sivil toplum örgütlerinin de önem kazandığı yıllardır. 1960'lı yıllar süresince yaşanan birçok değişim sebebiyle bu değişimlere seyirci kalmayan işletmeler de, bir takım politikalar geliştirerek kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirmeye başlamışlardır. 1970'lere gelindiğinde işletmelerde ortaklara bilgi sağlama, reklamların ahlaki olması, iş vermede adalet, karın paylaşılması, çevrenin korunması, şeklinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri görülmektedir. 1980'lerdeki sosyal sorumluluk faaliyetleri ise; atıkları azaltma, geri dönüşüm, fakirlere maddi yardım, toplum sağlığına hizmet, daha iyi çalışma koşulları biçiminde yer almaktadır. İlgili yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarından işletmelerin elde edeceği getirilerin net olarak ifade edilmemiş olması sebebiyle genel anlamda işletmelerin iktisadi ve hukuki sorumluluklarını yerine getirmeye gayret ettiği ek olarak birtakım gönüllü faaliyetlerde yer aldığı gözlenmektedir. Günümüze gelindiğinde ise işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını bir plan ile harekete geçirmekte ve stratejiler geliştirmektedirler (Aktan ve Börü 2007, 23-24).

Kurumsal sosyal sorumluluk konusunu önemseyen işletmeler oldukça önemli getiriler sağlamaktadırlar. İlk olarak, işletmelerin marka değerleri artmaktadır ve işletmelerin piyasa değerleri yükselmektedir. Günümüzde tüketiciler ihtiyaç duyduğu ürünü yalnızca kalitesi ve fiyatına bakarak değil, ürünü üreten işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini de göz önünde bulundurarak alacakları ürünü tercih etmektedirler. Auger ve arkadaşları tarafından (2003) Amerika'da yapılan çalışmada tüketicilerin etik kurallarına uygun şekilde üretilen ürünleri daha fazla talep ettikleri tespit edilmiştir. Toplumların gelişme düzeyine bağlı olarak tüketicilerin davranışları değişmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluklarının farkında olan işletmeler yeni pazarlara girme konusunda ve müşterilerin güvenini kazanmada oldukça önemli avantajlar elde etmektedirler. Dünyada artık kurumsal yatırımcılar, bir işletmeye yatırım yapmadan önce, o işletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve performansını da değerlendirmeye başlamıştır (Mohr ve Webb 2005, 124).

#### 4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ÇALIŞMALARININ MUHASEBE VE FİNANSMAN AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Muhasebenin ana amacı işletmede ortaya çıkan ve para birimi ile ifade edilebilen olayları Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri”ne uygun olarak belirli bir sistem içinde kaydetmek, sınıflandırmak, özetlemek, finansal tablolar biçiminde raporlamak ve yorumlamaktır (Yanık 2011, 9).

Muhasebe, çeşitli birey ve kurumlara bilgi sağlamakla görevli bir fonksiyondur. Muhasebe meslek mensubunun da bu görevi, doğru, şeffaf, tarafsız ve adil bir şekilde yerine getirmesi gereklidir. Gerçekleşmesi beklenen bu yükümlülükler yalnızca, sosyal sorumluluk kavramının benimsenmesi ile oluşmaktadır. İşletmenin muhasebe fonksiyonunu kullanarak yapmış olduğu faaliyetler ile bilgi kullanıcılarına nitelikli belgeler sunmaktadır. Fakat bu nitelikli bilgilere dayanarak doğru değerlendirmelere varan bilgi kullanıcıların alacağı rasyonel kararlar, işletmenin topluma en faydalı olacak biçimde faaliyetlerini sürdürmesine ve uzun soluklu olmasına imkân sağlayabilir. Ek olarak muhasebenin ana işlevlerinden biri olan bu sosyal sorumluluk ilkesi, muhasebe fonksiyonunun gerçekleştirildiği bütün işletmelerde mevcuttur. Dolayısıyla işletmelerin kurumsal anlamda sosyal sorumlu olmalarının teşvikçisi ve denetleyicisi de muhasebe fonksiyonudur (Ateş ve Senal 2012, 75).

#### 5. LİTERATÜR TARAMASI

Literatüre bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerine etkisini inceleyen birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan ülkemizde ve yurtdışında yapılmış olanlar özetlenmiştir.

Ülkemizde konu ile ilgili yapılan ilk çalışma Aras ve diğerleri (2010)’a aittir. Aras ve diğerleri (2010) “Kurumsal Performansın Yönetilmesi: Gelişen Piyasalardaki Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans Arasındaki İlişkinin Araştırılması” adlı çalışmalarında İMKB-100 endeksinde yer alan işletmelerin sosyal sorumluluk politikaları ile finansal göstergeleri arasındaki ilişkiyi 2005-2007 yılları bazında incelemiştir. Yapılan çalışma sonrası KSS ile firma büyüklüğü arasında bir ilişki tespit edilmiş ancak finansal performans ya da kârlılık arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir.

Arsoy ve diğerleri (2012) nin “Corporate Social Responsibility and Financial Performance Relationship” adlı araştırmalarında İMKB’ de yer alan 28 işletmenin verilerini kullanmıştır. KSS için değişken olarak kurumsal yönetim kullanılmıştır. Finansal performans için değişken olarak aktif kârlılığı, satışların kârlılığı, toplam borçlar/toplam varlıklar, toplam satışlar ve özkaynaklar kullanılmıştır. Ve yapılan araştırma neticesinde, kurumsal sosyal sorumluluk ile işletme performansı arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Tonus ve Tez (2013) tarafından yapılan “Farklı Paydaşların Kurumsal İtibarı Değerlendirmelerindeki Farklılığın Sosyal Ve Finansal Performans Algılarıyla İlişkisi” çalışmada ise işletmenin kurumsal itibarını değerlendirme çerçevesinde farklı paydaşların, sosyal ve finansal performans algılarının birbirinden farklı olup olmadığı araştırılmıştır. Analiz sonucunda paydaşların nezninde işletmenin kurumsal itibarının değerlendirilmesinde, sosyal performans ile finansal performans algılama seviyesi arasında farklılık olduğu ortaya çıkmıştır.

Alparslan ve Aygün (2013)’ ün “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Firma Performansı” adlı çalışmada 117 işletmenin verilerini dikkate alarak kurumsal sosyal sorumluluk ile firma performansı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmada finansal performans değişkeni olarak biri muhasebe diğeri ise piyasa odaklı iki bağımlı değişken kullanılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk olarak işletmenin bağış ve yardımları bağımsız değişken olarak alınmıştır. Çalışmanın sonucu kurumsal sosyal sorumluluk ile şirket finansal performans göstergeleri arasında pozitif bir ilişkinin olduğu belirtilmiştir.

Başar (2014) “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul’da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmada BİST Kimya, Petrol, Plastik Endeksinde yer alan şirketlerin Global Reporting Initiative(GRI)- Küresel Raporlama Girişimi tarafından belirlenmiş olan sosyal sorumluluk ölçütlerine göre raporlama düzeyi ile finansal performans göstergeleri arasındaki ilişkiyi 2010-2012 yılları arasında incelemiştir. Netice; şirketlerin sosyal sorumluluk açıklamaları ile hisse başına kazanç tutarları arasında ters yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin şirketlere maliyetli olduğunu ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirilmeyen işletmelere göre iktisadi açıdan sıkıntıya neden olduğunu belirtmektedir.

Cochran ve Wood (1984) tarafından yapılan bir araştırma sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

McWilliams ve Siegel (2000) tarafından yapılan bir araştırma sonucunda kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerinde tarafsız bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Margolis ve Walsh (2002) ın “Misery Loves Companies: Whither Social Initiatives by Business?” adlı çalışmada 1971 ve 2001 yılları arasında kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasındaki ilişkiyi inceleyen 122 adet çalışmanın varlığından bahsetmektedir. 2001 yılı sonrasında da birçok çalışmaya konu olan kurumsal sosyal sorumluluk-finansal performans ilişkisi ilk kez Bragdon ve Marlin tarafından 1972 yılında araştırılmıştır. Mevcut çalışmada çevresel performansı kirlilik düzeyi, finansal performansı ise özkaynakların kârlılığı temsil etmekte olup çevresel performansla finansal performans arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.

Tsoutsoura (2004) nın “Corporate Social Responsibility And Financial Performance” 1996-2000 yıllarını kapsayan araştırmada finansal performans ile kurumsal sosyal sorumluluk arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Chen ve Wang (2011) tarafından Çin’de yapılan, araştırmaya konu olan işletmelerin 2007 ve 2008 yıllarının verilerine dayanan çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasında pozitif bir etki olduğu sonucuna varılmıştır.

Nadeem (2012) tarafından 156 işletmeyi kapsayan araştırma sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

## 6. YÖNTEM

2011-2016 yılları arasında BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan işletmelerinin Faaliyet Raporları ve Sürdürülebilirlik Raporlarında açıklamış oldukları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve 2011-2016 tarihleri arasındaki finansal raporları incelenmiştir.

İlk aşamada işletmelerin sürdürülebilirlik raporları ve faaliyet raporlarında yer alan; çalışan, müşteri, çevre, toplum, paydaş, sürdürülebilirlik, risk yönetimi, yenilik ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk açıklamaları içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş ve hangi kelimenin kaç kere



kullanıldığı hesaplanmıştır. Söz konusu kelimelerin seçilme nedeni; kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik kavramlarının tanımında da yer alıp, aynı zamanda işletmelerin yayımladıkları faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları kapsamında sıklıkla kullanılmış olmalarıdır. İçerik analizi yazılı, sözlü ve diğer belgelerin bağımsız, tarafsız ve sistematik bir biçimde incelenmesini sağlayan bilimsel bir bakış biçimidir (Tavşancıl ve Aslan 2001). Çalışma bir küme içerisindeki metinlerden oluşan belirli kelimelerin veya nesnelerin var olup olmadığının tespiti için yapılır (Büyüköztürk ve diğerleri 2008). İçerik analizi vasıtasıyla verileri açıklama ve verilerin içinde bulunan saklı gerçeklerin meydana çıkarılması hedeflenmektedir (Gülbahar ve Alper 2009).

İkinci aşamada işletmelerin 2011-2016 yılları arasında işletmelerin finansal performanslarının değerlendirilmesi için oran analizi kullanılmıştır. Araştırma için seçilen finansal oranlar; kârlılık oranlarıdır. Oranlar BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan 35 işletme için finansal tablolardan faydalanılarak hesaplanmıştır. Finansal oranlar için veriler FİNNET 2000 web sayfasından elde edilmiştir.

Son aşamada ise içerik analiz sonuçları ve finansal oran sonuçları istatistiksel olarak değerlendirmek için temel bileşenler yöntemi ve panel en küçük kareler yöntemi kullanılmıştır. İşletmelerin finansal performanslarını tespit etmek için kullanılan finansal oranları bağımlı değişken, kurumsal sosyal sorumluluk kelimeleri ise bağımsız değişken olarak belirlenmiştir.

### 6.1. Araştırma Modeli

Çalışmada panel veri yöntemi ile en küçük kareler (EKK) baz alınarak katsayı tahminleri aşağıdaki dört model için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

$$\text{Model 1 } Y_{kâr} = \beta_1 X_0 + \beta_2 X_1 + \beta_3 X_2 + \beta_4 X_3 + \beta_5 X_4 + \beta_6 X_5 + \beta_7 X_6 + \beta_8 X_7 + U_t$$

Model 1’de  $Y_{kâr}$  ile kâr değişkeni gösterilmiştir. Kâr değişkeni 4 farklı rasyo (faaliyet kârı oranı- net kâr marjı- özsermaye kârlılığı- aktif kârlılık) temel bileşen yöntemi ile tek değişkene indirgenmiştir.

Modelde  $X_0$  ile Müşteri değişkeni gösterilmiştir. Müşteri değişkeni incelenen 35 işletmenin Sürdürülebilirlik Raporları ve Faaliyet raporlarında yer alan “Müşteri” kelimesi içerik analizi ile elde edilmiştir.

Modelde  $X_1$  ile Paydaş değişkeni gösterilmiştir. Paydaş değişkeni incelenen 35 işletmenin Sürdürülebilirlik Raporları ve Faaliyet raporlarında yer alan “Paydaş” kelimesi içerik analizi ile elde edilmiştir.

Modelde  $X_2$  ile Risk Yönetimi değişkeni gösterilmiştir. Risk Yönetimi değişkeni incelenen 35 işletmenin Sürdürülebilirlik Raporları ve Faaliyet raporlarında yer alan “Risk Yönetimi” kelimesi içerik analizi ile elde edilmiştir.

Modelde  $X_3$  ile Sürdürülebilirlik değişkeni gösterilmiştir. Sürdürülebilirlik değişkeni incelenen 35 işletmenin Sürdürülebilirlik Raporları ve Faaliyet raporlarında yer alan “Risk Yönetimi” kelimesi içerik analizi ile elde edilmiştir.

Modelde  $X_4$  ile Toplum değişkeni gösterilmiştir. Toplum değişkeni incelenen 35 işletmenin Sürdürülebilirlik Raporları ve Faaliyet raporlarında yer alan “Toplum” kelimesi içerik analizi ile elde edilmiştir.

Modelde  $X_5$  ile Yenilik değişkeni gösterilmiştir. Yenilik değişkeni incelenen 35 işletmenin Sürdürülebilirlik Raporları ve Faaliyet raporlarında yer alan “Yenilik” kelimesi içerik analizi ile elde edilmiştir.

Modelde  $X_6$  ile Çevre değişkeni gösterilmiştir. Çevre değişkeni incelenen 35 işletmenin Sürdürülebilirlik Raporları ve Faaliyet raporlarında yer alan “Çevre” kelimesi içerik analizi ile elde edilmiştir.

Modelde  $X_7$  ile Çalışan değişkeni gösterilmiştir. Çalışan değişkeni incelenen 35 işletmenin Sürdürülebilirlik Raporları ve Faaliyet raporlarında yer alan “Çalışan” kelimesi içerik analizi ile elde edilmiştir.

## 7. BULGULAR

İşletmelerin Sürdürülebilirlik ve Faaliyet raporlarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk projelerinde 8 önemli faktör göz önünde bulundurulmuştur. Bu faktörler: Müşteri, Paydaş, Risk Yönetimi, Sürdürülebilirlik, Toplum, Yenilik, Çevre, Çalışan’ dan ibarettir. Bu faktörler bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Finansal Performans Ölçümü içinde Kârlılık Oranları dikkate alınmıştır.

## İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamalarının Kârlılık Oranları Etkisine İlişkin Bulgular

Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara ait tablolar aşağıda gösterilmiş ve yorumlanmıştır. Değişken Katsayısı “c” ile olasılık değeri “p” ile gösterilmiştir.

**Tablo 1. İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamalarının Kârlılık Oranları Etkisine İlişkin Bulgular**

Bağımlı Değişken: KÂR				
Yöntem: Panel En küçük Kareler				
Örneklem: 2011-2016				
Dönemler: 6				
Kesitler: 35				
Toplam Panel(dengeli) Gözlem: 210				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	T-İstatistiği	Olasılık
MÜŞTERİ	0,101708	0,345895	0,294043	0,7690
PAYDAŞ	-2,013440	1,559478	-1,291099	0,1981
RİSK YÖNETİMİ	9,291218	1,810928	5,130.639	0,0000
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	-1,278183	0,556617	-2,296342	0,0227
TOPLUM	-2,743353	1,193155	-2,299243	0,0225
YENİLİK	2,399928	2,109925	1,137447	0,2567
ÇEVRE	1,103349	0,529209	2,084901	0,0383
ÇALIŞAN	1,846390	0,411426	4,487783	0,0000
R <sup>2</sup>	0,065236	Ortalama bağımlı değişken	500,9713	
Ayarlı R <sup>2</sup>	0,067524	Bağımlı değişkenin standart sapması	34,79207	
Regresyonun standart hatası	288,0162	Akaike bilgi kriteri	14,20126	
Toplam kare reşidi	16756574	Schwarz kriteri	14,32877	
Günlük olasılığı	-1483,132	Hannan-Quinn kriteri	14,25281	
Durbin-Watson test istatistiği	0,473614			

Analiz sonucunda endekste yer alan işletmeler Müşteri bağımsız değişken faktörü açısından incelenmiştir. Olasılık değeri  $p= 0,7690 > 0,10$  olduğu için müşteri değişkeninin kârlılık değişkenine olan etkisi istatistiki olarak anlamsızdır. Ancak değişken katsayısı  $c= 0,101708 > 0$  olduğu için iki değişken arasında pozitif bir ilişki mevcuttur. Sürdürülebilirlik endeksinde yer alan firmaların müşterileri ile ilgili faaliyetleri kârlarını olumlu yönde etkilemektedir.

İşletmeler Paydaş bağımsız değişken faktörü açısından incelenmiştir. Olasılık değeri  $p= 0,1981 > 0,10$  olduğu için paydaş değişkeninin kârlılık değişkenine olan etkisi istatistiki olarak anlamsızdır. Değişken katsayısı  $c= -2,013440 < 0$  olduğu için iki değişken arasında negatif bir ilişki söz konusudur. Endekste yer alan işletmelerin paydaşlarıyla ilgili faaliyetleri kârlılıklarını olumsuz yönde etkilemektedir.

Risk Yönetimi bağımsız değişkeni kârlılık bazında incelenmiş olup olasılık değeri  $p= 0,0000 < 0,10$  olduğu için risk yönetimi değişkeninin kârlılık değişkenine olan etkisi istatistiki olarak anlamlıdır ve değişken katsayısı  $c= 9,291218 > 0$  olduğu için iki değişken arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki mevcuttur. İşletmeler kârlarını maksimize etmek için risklerini etkin yönetmelidir. İşletmelerin kârını en çok etkileyen değişken risk yönetimidir.

İşletmeler Sürdürülebilirlik bağımsız değişken faktörü açısından incelenmiştir. Olasılık değeri  $p= 0,0227 < 0,10$  olduğu için paydaş değişkeninin kârlılık değişkenine olan etkisi istatistiki olarak anlamlıdır. Fakat değişken katsayısı  $c= -1,278183 < 0$  olduğu için iki değişken arasında negatif bir ilişki söz konusudur. Endekste yer alan işletmelerin sürdürülebilirlik faaliyetleri kârlılıklarını olumsuz yönde etkilemektedir. Sürdürülebilirlik faaliyetleri işletmeler için ek maliyet yaratmaktadır, sürdürülebilirlik faaliyetleri arttıkça kârlılık düşmektedir.

İşletmeler Toplum bağımsız değişken faktörü açısından incelenmiştir. Olasılık değeri  $p= 0,0225 < 0,10$  olduğu için paydaş değişkeninin kârlılık değişkenine olan etkisi istatistiki olarak anlamlıdır. Ancak değişken katsayısı  $c= -2,743353 < 0$  olduğu için iki değişken arasında negatif bir ilişki söz konusudur. Endekste yer alan işletmelerin toplum ilgili faaliyetleri kârlılıklarını olumsuz yönde etkilemektedir.

İşletmeler Yenilik bağımsız değişken faktörü açısından incelenmiş olup olasılık değeri  $p= 0,2567 > 0,10$  olduğu için müşteri değişkeninin kârlılık değişkenine olan etkisi istatistiki olarak anlamsızdır. Ancak değişken katsayısı  $c= 2,399928 > 0$  olduğu için iki değişken arasında pozitif bir ilişki mevcuttur. Sürdürülebilirlik endeksinde yer alan firmaların yenilik çalışmaları kârlarını

olumlu yönde etkilemektedir. Yenilik değişkeni kârlılık değişkenini risk yönetiminden sonra en fazla etkileyen değişkendir. İşletmeler yenilik yoluna gittiklerinde kârları da artmaktadır.

Çevre bağımsız değişkeni kârlılık bazında incelenmiş olup olasılık değeri  $p = 0,0383 < 0,10$  olduğu için çevre değişkeninin kârlılık değişkenine olan etkisi istatistiki olarak anlamlıdır ve değişken katsayısı  $c = 1,103349 > 0$  olduğu için iki değişken arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki mevcuttur. İşletmeler çevre ile ilgili faaliyetlerini arttırdıkça kârlılıkları da artmaktadır. Tüketicilerin günümüzde bir ürünü satın almadan önce işletmenin çevre ile ilgili önlemlerini de dikkate alarak ürünü satın alma kararı verdiklerini göz önünde bulundurduğumuzda çevre faktörünün kârlılığı etkilediği görülmektedir.

İşletmeler Çalışan bağımsız değişken faktörü açısından incelenmiş olup olasılık değeri  $p = 0,0000 < 0,10$  olduğu için çalışan değişkeninin kârlılık değişkenine olan etkisi istatistiki olarak anlamlıdır. Değişken katsayısı  $c = 1,846390 > 0$  olduğu için iki değişken arasında pozitif bir ilişki mevcuttur. İşletmelerin çalışanları ile ilgili faaliyetleri eğitim vs. işletmenin kârlılığını olumlu etkilemektedir. Çalışanlarına değer veren bir işletmenin çalışanlarının daha verimli çalıştığını ve etkin ürün/hizmet ürettiklerini göz önünde bulundurduğumuzda çalışan faktörünün işletmenin kârlılığı üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu görülmektedir.

## 8. SONUÇ

Doğada yaşayan her canlının hayat süresi olduğu gibi işletmelerinde belirli bir süre sonra sona eren bir yaşam süresi bulunmaktadır. İşletmeler yönünden bakıldığında bu süreyi uzatmak veya kısaltmak işletmelerin bağlı bulunduğu süreçlere ve bu süreçte meydana gelebilecek olasılıklarla yakından ilgilidir. Bu süreçte sürdürülebilirlik kavramı devreye girmektedir. Sürdürülebilirlik kavramı hayatın hemen hemen her alanında etkisini göstermeye başlamıştır. İşletmelerin yalnızca kâr amaçlı yönetim stratejilerinin uzun dönemde sürdürülebilirlik açısından başarısızlıkla sonuçlanabileceği görülmektedir. Bu nedenle sürdürülebilirliğini devam ettirmek gayesinde olan işletmeler yalnızca kâr amacı güden kuruluşlar kimliğinden sıyrılmalı, çevreye topluma sorumlu yapılara dönüşmelidir.

Günümüzde işletmelerin birçoğu sürdürülebilirlik raporu yayımlamakta ve kamuoyuyla paylaşmaktadır. Çünkü işletmenin çevre, sosyal ve ekonomik faaliyetlerini takip eden karar vericiler artık sınırlı sayıda değil oldukça fazladır. İşletmeye yatırım yapacak birey kurum veya kuruluşlar, işletmenin ürettiği ürün veya hizmete ihtiyaç duyan tüketiciler, işletmelerin

paydaşları karar vericilerden bazılarını oluşturmaktadır. Bu nedenle işletmelerin faaliyetlerini paylaşımları işletmelere avantaj sağlamaktadır. İşletmeler bu vasıta ile hem üzerine düşen sorumluluklarını yerine getirmekte hem de kazançlarını arttırmaktadırlar.

Sürdürülebilirliğin önemli bir boyutu da sosyal sorumluluktur. İşletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirmeleri durumunda bilgi edinme öğrenme ve yaratıcılık potansiyelleri artış göstermektedir. Sosyal sorumluluk faaliyetlerini ciddiye alan işletmelerin marka değeri ve piyasa değeri de aynı oranda artmakta ve toplumun desteğiyle birlikte saygınlık kazanmaktadırlar. Bazı durumlarda işletmeler sosyal sorumluluk faaliyetlerini ek maliyet olarak görmektedirler. Ancak bilinmelidir ki sosyal sorumluluk işletmelerin karşısına çıkabilecek olumsuz durumlara karşı önlem almayı da gerektiren bir husustur. Bu bağlamda işletmeler karşılaşılabilecekleri sorunlara önceden önlem aldığı için problemin önem derecesine göre daha az maliyetle sorunun üstesinden gelmektedirler. Dolayısıyla işletmeler sosyal sorumluluğu, bir maliyet olarak değil kazanç olarak düşünmelidir.

Sosyal sorumluluk aynı zamanda finansal performansın da önemli bir fonksiyonudur. İşletmelerin finansal performansı dönem içerisinde gerçekleştirmiş oldukları faaliyetlerle ilgili veriler bazında ölçülmektedir. Bu verileri doğru, şeffaf, tarafsız ve adil bir şekilde sunmak işletmenin sosyal sorumluluğu olarak bilinmektedir. İşletmelerin sunduğu bu verilere dayanarak bilgi kullanıcılarının alacakları rasyonel kararlar işletmelerin sürdürülebilir olmasını sağlayacaktır.

Bu amaçla bu çalışmada işletmelerin Sürdürülebilirlik Raporlarında ve Faaliyet Raporlarında kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili yaptıkları açıklamaların işletmelerin finansal performansı üzerinde etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır.

Bu çalışma kapsamında BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde bulunan 35 işletmenin 2011-2016 yılları arasında sürdürülebilirlik raporları ve faaliyet raporları açıklamaları bağımsız değişken ve işletmelerin 2011-2016 yılları arasındaki finansal raporları bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Faaliyet raporları açıklamaları kapsamında 8 değişken belirlenmiştir. Bu değişkenler; müşteri, çalışan, çevre, toplum, paydaş, risk yönetimi, sürdürülebilirlik ve yeniliktir. Söz konusu değişkenlerin seçilme nedeni; kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik kavramlarının tanımında da yer alıp, aynı zamanda işletmelerin yayımladıkları faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları kapsamında sıklıkla kullanılmış olmaları gösterilebilir.

İşletmelerin finansal performanslarının ölçümü için bağımlı değişken olarak; kârlılık oranları tercih edilmiştir.

İlk aşamada işletmelerin faaliyet ve sürdürülebilirlik raporlarında geçen yukarıda belirtilen 8 bağımsız değişken kavramı için içerik analizi yapılmış hangi kelimenin kaç kere kullanıldığı hesaplanmıştır.

İkinci aşamada işletmelerin finansal performans göstergesi olarak seçilen bağımlı değişkenlere oran analizi uygulanmıştır. Bağımsız değişkenlerde yer alan her bir oran kendi içerisinde de farklı oranlar barındırması sebebiyle, örneğin kârlılık değişkeni 4 farklı rasyo içermektedir (faaliyet kârı-net kâr-özsermaye kârlılığı-aktif kârlılık) temel bileşenler yöntemi ile tek değişkene indirgenmiştir. Son olarak panel veri en küçük kareler yöntemi kullanılarak sosyal sorumluluk açıklamalarının finansal performans üzerine etkisi tespit edilmiştir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular sırasıyla;

Panel veri analizi EKK yönteminden hesaplanan katsayı tahminlerine göre kârlılık oranları bazında paydaş, sürdürülebilirlik ve toplum katsayıları negatif bulunmuştur. Buda ilgili değişkenlerin kârlılığı olumsuz yönde etkilediği anlamına gelmektedir. Müşteri, risk yönetimi, yenilik, çevre ve çalışan katsayıları pozitif bulunmuştur. Buda ilgili değişkenlerin kârlılığı olumlu yönde etkilediği anlamına gelmektedir.

Bu çalışmada işletmelerin finansal performanslarını ölçmek için muhasebe temelli göstergeler kullanılmıştır. Bu çalışmayı izleyen araştırmalarda finansal performans, piyasa bazlı göstergeler kullanılarak ölçümlenip kurumsal sosyal sorumluluk ile ilişkisi tespit edilebilir. Ayrıca Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan işletmelerde her sene artış olduğu gözlemlenmektedir bu sebeple bu çalışmayı izleyen araştırmalarda incelenen işletmelerin kapsamı daha da genişletilerek daha fazla sayıda işletmeye uygulanabilir.

## KAYNAKÇA

Aktan, C.C. ve D. Börü. 2007. “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, Aktan. C.C. (ed.), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İGİAD Yayınları.

- Alparslan, A ve M. Aygün. 2013. “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18 (1).
- Aras, G., A. Aybars ve O. Kutlu. 2010. “Managing Corporate Performance: Investigating the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Emerging Markets”, International Journal of Productivity and Performance Management, 59 (3).
- Arsoy, A.P., Ö. Arabacı ve A. Çiftçioğlu. 2012. “Corporate Social Responsibility and Financial Performance Relationship: The Case of Turkey”, The Journal of Accounting and Finance, 53.
- Ateş, B ve S. Senal. 2012. “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu: Süleyman Demirel Üniversitesi’nde Bir Araştırma”, Çukurova Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16 (1).
- Ateşoğlu, İ ve A. Türker. 2010. “Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15 (3).
- Balı, S ve M.O. Cinel. 2011. “Bir Rekabet Aracı Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 2 (4).
- Başar, B. 2014. “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul’da İşlem Gören Kimya-Petrol-Plastik Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Araştırma”, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 21 (2).
- Büyüköztürk, Ş ve E. Kılıç, Ö. E. Akgün, Ş. Karadeniz, F. Demirel. 2008. Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Pegem Yayınları, Ankara.
- Chen, H and X. Wang. 2011. “Corporate Social Responsibility And Corporate Financial Performance in China: An Empirical Research From Chinese Firms”, Corporate Governance, 11 (4).
- Cochran, P. L and R. A. Wood. 1984. “Corporate Social Responsibility and Financial Corporate Social Responsibility and Financial Performance”, Academy of Management Journal, 27 (1).



- Doğru, G. 2012. “Kurumsal Sürdürülebilirlikte stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Rolü”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Göneç, E ve J. Wolflin. 2004. “Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Yönetim ve Karar Verme Süreci”, SES Topluluğu- US Fish & Wildlife Service, (3)1.
- Gölbahar, Y ve A. Alper. 2009. Öğretim Teknolojileri Alanında Yapılan Araştırmalar, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 42 (2).
- Gür, B. 2012. “Sürdürülebilir Kalkınma, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Türkiye’de Mikro Finansman Uygulamaları”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (1).
- Karatepe, S. 2008. “İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7 (23).
- Margolis, J.D and J.P. Walsh. 2001. “Misery Loves Companies: Whither Social Initiatives by Business?”, Division of Research Harvard Business School.
- McWilliams, A and D. Siegel. 2000.“Corporate Social Responsibility And Financial Performance: Correlation or Misspecification?”, Strategic Management Journal, 21 (5).
- Mohr, L.A., D. J. Webb and E. Haris. 2001. “Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior”, The Journal of Consumer Affairs, 35 (1).
- Nadem, I. 2012.“Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance of Corporations: Evidence From Pakistan”, International Journal of Learning & Development, 2 (6).
- Nidumolu, R., C.K. Prahalad and M.R. Rangaswami. 2009. “Why Sustainability is Now the Key Driver of Innovation”, Harvard Business Review, 87 (9).
- Sarıkaya. M. ve F. Z. Kara. 2007. “Sürdürülebilir Kalkınmada İşletmenin Rolü: Kurumsal Vatandaşlık”, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14 (2).
- Tavşancıl E ve E. Aslan. 2001. İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri, Epsilon Yayınları, İstanbul.

Tonush, Z. and H.Y. Tez. 2013. “Farklı Paydaşların Kurumsal İtibarı Değerlendirmelerindeki Farklılığın Sosyal Ve Finansal Performans Algılarıyla İlişkisi”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 35.

Tsoutsoura, M. 2004. Corporate Social Responsibility And Financial Performance <http://escholarship.org/uc/item/111799p2> (Erişim Tarihi: 20. 06. 2017).

Yanık, S. 2011. TSPAKB (Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları Birliği). Muhasebe, Denetim ve Etik Kurallar, Sermaye Piyasası Faaliyetleri İleri Düzey Lisansı Eğitimi.