

KURUMSAL SOSYAL SORUMLUK PERFORMANSI VE ULUSLARARASILAŞMA DÜZEYİ: FORTUNE 100 TÜRKİYE İŞLETMELERİ KAPSAMINDA BİR ARAŞTIRMA¹

Dr. Öğr. Üyesi Ozan AĞLARGÖZ²
Abdullah Yağız AKGÜL³

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

- ❖ Kurumsal sosyal sorumluluk
- ❖ Gelişmekte olan ülke
- ❖ KLD endeksi
- ❖ Sürdürülebilirlik
- ❖ Uluslararasılaşma

Bu çalışma kurumsal sosyal performans ve kurumsal finansal performans arasındaki geniş kapsamlı tartışmaya uluslararasılaşma açısından yaklaşmaktadır. Çalışmanın amacı Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile uluslararasılaşma düzeyi arasındaki ilişkinin irdelenmesidir. Çalışmanın kuramsal çıkış noktası uluslararasılaşma sürecinde Uppsala Modeli’nin yenilenmiş versiyonudur. Fortune Türkiye tarafından yayınlanan Fortune 500 işletme listesi çalışma kapsamında kullanılmış, listedeki ilk yüz işletme inceleme konusu yapılmış ve bu işletmelerden kurumsal sosyal sorumluluk ölçümünde kullanılabilecek raporlardan en az birisini yayınlamış olan 50 işletme çalışmaya dahil edilmiştir. Söz konusu işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performansları KLD endeksi aracılığıyla ölçülmüştür. Uluslararasılaşma düzeyi ise ihracat miktarıyla belirlenmiştir. Çalışma kapsamında yürütülen regresyon analizi iki değişken arasında yüksek düzeyli pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını göstermiştir.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERFORMANCE AND THE LEVEL OF INTERNATIONALIZATION: A RESEARCH ON FORTUNE TURKEY 100 BUSINESSES

Dr. Ozan AĞLARGÖZ
Abdullah Yağız AKGÜL

ABSTRACT

The paper approaches the broader discussion between corporate social performance and corporate financial performance from the internationalization perspective. This paper aims to scrutinize the relationship between corporate social responsibility performance and the degree of internationalization of businesses operating in Turkey. The initial theoretical trigger of the paper is the revised version of the Uppsala internationalization process model. Fortune 500 list published by Fortune Turkey was used for this aim. The top hundred businesses in this list were examined, and fifty of these hundred businesses were included in the study because they published at least one of the types of reports required for the assessment of corporate social responsibility performance. Corporate social responsibility performance value of these businesses was measured by using the KLD index. The degree of internationalization is calculated by using export figures. Regression analysis was conducted, and the findings of the study revealed a high and positive correlation between these two variables for the selected sample.

Keywords:

- ❖ Corporate social responsibility
- ❖ Emerging country
- ❖ KLD index
- ❖ Sustainability
- ❖ Internationalization

¹ Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Ozan Ağlargöz danışmanlığında tamamlanan Abdullah Yağız Akgül’ün yüksek lisans tezinden türetilmiştir. Çalışma 5-7 Eylül 2019 tarihlerinde İspanya, Barselona’da düzenlenen International Conference on Advanced Research in Management, Economics, and Accounting adlı etkinlikte sunulmuş ve geliştirilmiştir. Yapıcı eleştirileriyle çalışmanın gelişim sürecine katkı sağlayan Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi’nden Doç. Dr. Tarhan Okan’a teşekkür ederiz.

² Anadolu Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, ozanaglargoz@anadolu.edu.tr

³ a.yagizakgul@gmail.com

1. GİRİŞ

Kurumsal sosyal sorumluluk alanında yapılan yatırımlar ile işletmelerin uluslararasılaşma düzeyi arasında ilişki olup olmadığı tartışmalı bir konudur. Kurumsal sosyal sorumluluk yatırımlarının pozitif yönlü olarak işletmeye uzun dönemde fayda sağlayacağı yönünde bir beklenti olsa da bunun bilimsel bir değer ifade etmesi yapılan görgül çalışmalarla desteklenmesini gerekli kılar. Araştırma çabalarının geneli işletmelerin kurumsal performansı ve kurumsal sosyal sorumluluk performansı arasında bir ilişkinin olup olmadığına odaklanmaktadır (Örn. Cochran ve Wood, 1984; Aupperle, Carroll ve Hatfield 1985; McGuire, Sundgren ve Schneeweis, 1988; Griffin ve Mahon, 1997; Preston ve O'Bannon, 1997; Waddock ve Graves, 1997; Orlitzky, Schmidt ve Rynes, 2000; Soana, 2009; İlhan-nas, Koparan ve Okan, 2015). Fakat bu çalışmada, yürütülen literatür taramasına da koşut olarak, kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile uluslararasılaşma düzeyi arasındaki ilişkiye ilişkin araştırma açığına odaklanılması anlamlı bulunmuş ve araştırma çabaları bu sorunsalın irdelenmesine yöneltmiştir.

1. 1. Amaç ve Önem

İşletmelerin buldukları toplumların bir parçası, bir başka ifadeyle vatandaşı olarak görülmesi çevre ve toplumun tüm kesimleriyle olan etkileşimlerinin gelişmesi sonucunu doğurmuştur. İşletmeler artık parçası oldukları toplumların beklentilerine cevap vermek adına çevrelerinde olup bitenlere karşı kendilerini sorumlu hissetmeye başlamıştır. İş insanlarının aldıkları kararlar toplumsal yaşamı ve toplumun geleceğini önemli ölçüde etkiler (Bowen, 1953/2013, s. 3). Küreselleşmeyle birlikte artan uluslararasılaşma, işletmeler açısından bu sorumluluğun kapsamını oldukça genişletmiştir.

Bu bağlamda işletmelere yüklenen sorumluluk, işletme faaliyetlerinin tüm aşamalarında kullanılan ve faaliyet gösterdikleri toplumların geleceği olan kaynakları, olabildiğince sürdürülebilir bir anlayışla kullanmaktır. Çalışmada sürdürülebilirlik kavramının kapsamı işletmeler açısından incelenmiştir. Bu kavramla

ilişkili olarak genellikle işletme faaliyetlerinin sebep olmadığı fakat buldukları toplumlara etkileyen aksaklıkların giderilmesi sorumluluğu ise kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kapsamında ele alınmıştır.

Faaliyet gösterdikleri toplumlarda etkileri hissedilen işletmelerin benimsedikleri sorumluluk anlayışının, işletmelerin uluslararasılaşmış olmasıyla veya bu yolda ilerlemesiyle ilgili olup olmadığının ortaya konabilmesi için uluslararasılaşma düzeyi inceleme konusu yapılmıştır. Bu çalışmanın bulgularıyla işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ve uluslararasılaşma alanında strateji geliştirirken kullanabilecekleri dayanağın güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca literatürde eksikliği görülen araştırma açığının giderilmesi çabalarına da katkı sağlanmış olacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2. 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Bugün kurumsal sosyal sorumluluk olarak bilinen kavramın tarihsel gelişim süreci 1950'li yıllarda başlamıştır. Bu dönemdeki ilk katkı Howard R. Bowen'ın 1953 yılında yayınlanan *Social Responsibilities of the Businessmen* adlı eseridir. Carroll (1999, s. 270) Howard R. Bowen'ı "kurumsal sosyal sorumluluğun babası" şeklinde takdim etmektedir. Bu kitapta Bowen (1953/2013) işadaminin topluma karşı olan sorumluluğunu sorgulamaktadır. Bowen (1953/2013) kavramı bireysel düzeyde ele alsa da analiz düzeyinin örgüt olduğu belirtmektedir (1953/2013, s. 3). Bowen (1953/2013) işadaminin toplum tarafından arzu edilen amaçlar ve değerler doğrultusunda faaliyet göstermesini sosyal sorumluluk olarak ifade etmektedir. Carroll'a (1999) göre kurumsal sosyal sorumluluk alanında ikinci önemli tarihsel figür Keith Davis'tir. Davis (1960, s. 70) sosyal sorumluluğu işadaminin, kısmen de olsa teknik ve ekonomik çıkarların ötesindeki karar ve eylemleri şeklinde tanımlamaktadır. McGuire (1963, s. 144) kavramı yasal ve ekonomik olarak yapılması gerekeni aşarak toplumsal sorumluluğun gereğini yerine getirmek şeklinde ifade etmektedir. Carroll (1999, s. 271) McGuire'nin (1963) tanımını o

dönemde yapılan tanımlara göre daha net bir ifade olarak nitelemektedir. Carroll'un (1999, s. 274) değindiği bir başka tanım Committee for Economic Development (CED) tarafından yayımlanan *Social Responsibilities of Business Corporations* başlıklı politika belgesidir. Bu belgede önerilen üç seviyeli yapıda işletmelerin, ki artık kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kullanılmaya başlanmıştır, sosyal sorumluluklarını en içte ekonomik, ortada yakın çevre ve en dışta genel çevre olmak üzere üç düzeyde ele almaları gerektiği belirtilmektedir (CED, 1971, s. 15). 1980'li yıllarda ise Peter Drucker'ın konuya ilgi duyma başladığı görülmektedir. Carroll (1999, s. 286) Drucker'ın duruşuna eleştirel yaklaşmakta ve Drucker'ın (1984) kavrama yüklediği anlamın sosyal sorumluluğun ekonomik fırsata dönüşme potansiyeliyle ilişkilendirildiğini ileri sürmektedir. Yine bu dönemde Epstein (1987) kavramı alınan kararlarla kurumsal paydaşlara faydalı olacak işler yapmak şeklinde yorumlamaktadır. Daha yakın dönemlerde ise Avrupa Komisyonu, uygulanması gönüllülüğe bağlı olan sosyal sorumluluk kavramını, işletmelerin gönüllü olarak işletme faaliyetlerini ve işletme paydaşlarıyla olan etkileşimini, çevresel ve sosyal sorunları göz önüne alarak yürütmesi şeklinde tanımlamaktadır (Commission of the European Communities, 2002). Sorumluluk kelimesinin sözlük anlamı olan "kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, sorum, mesuliyet" (http-1) ile sosyal kelimesinin sözlük anlamı olan "toplumsal" (http-2) kelimelerinin tanımlarından hareketle sosyal sorumluluk kavramının tanımı; "toplumsal olarak doğacak sorunlar üzerinde mesuliyet kabul etme ve bu durumu düzeltmek için sorumlu hissetmek" şeklinde yapılabilir.

2.1.1 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tartışmaları

İşletmelerin, toplumsal beklentilere cevap vermek ve kendi verimliliklerini arttırmak için stratejik planlarında yer vermeye başladığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmelere sağlayacağı faydalar ile neden olacağı zararlar, kurumsal sosyal sorumluluk tartışmalarının da çıkış noktasıdır. İşletmelerin gelişen sorumluluk alanlarına yönelik girişeceği

faaliyetlerin sonuçlarına ilişkin beklentiler farklı görüşlerinin oluşmasına neden olmaktadır (Aktan ve Börü, 2007). Klasik ve modern görüş olarak ifade edilen iki görüşü, görüşlerin düşünsel olarak dayandırıldığı yazarlarla birlikte ele almak yerinde olur.

Klasik görüş daha çok Milton Friedman'ın düşünceleriyle şekillenmişken, modern görüşte öne çıkan Archie B. Carroll'dır. İki düşünürün buldukları ortak nokta ise kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmelerin kârlılık performansı üzerine etkisi olacağı yönündedir. Bu ortak noktadaki ayrışma, Friedman'ın bu faaliyetlerin işletme finansal performansının artan maliyetler nedeniyle olumsuz yönde etkileyeceğini öne sürmesi (Friedman, 1962) ile oluşmaktadır. Bu görüş karşısında Carroll (1979), eğer işletmeler kurumsal sosyal sorumluluk alanına yatırım yapmaz ve kendi sorumluluklarını üstlenmezse bunu devletin yapacağını, artan yasal düzenlemelerin de işletme verimliliğini olumsuz yönde etkileyeceğini ileri sürmektedir (Wheelen ve Hunger, 2012, s. 72).

Friedman (1962, s. 133) işletme yöneticilerinin, hissedarların kazançlarını artırmayı hedeflemek yerine toplumsal fayda peşinde koşmasını toplumsal hürriyeti temelden sarsan bir çaba olarak nitelendirmektedir. Bu görüşe göre işletmeler, buldukları topluma karşı sorumluluklarını, kârlılık düzeylerini en yükseğe çıkartarak yerine getirmelidir. Bunu yaparken de buldukları yasal bağlamın dışına çıkmamaları gerekmektedir (Top ve Öner, 2008). Liberal düşüncenin temeli olan, her bireyin kendi çıkarı için mücadele etmesinin toplumun tamamına fayda sağlayacağı düşüncesi, klasik görüş açısından kurumsal sosyal sorumluluk kavramını da etkilemiştir. Klasik görüşte fiyat mekanizması ile üretim faktörlerinin rasyonel biçimde oluşacakları ve bunun toplumsal refahı geliştireceği varsayılmaktadır. Bu varsayım ekonomiye karışmanın gereksizliğine vurgu yapmaktadır (Tenekecioğlu, 1977, s. 46). Modern görüşün işletmelere yüklediği sorumlulukların ise, topladığı vergilerle hükümetin sorumluluk alanında kaldığı düşünülmektedir. Friedman'a (1970, s. 2) göre işletme yöneticileri bireysel olarak toplumsal konulara kendi bütçelerinden

katkı sağlayabilirler. Fakat bunu işleriyle ilişkilendirmemelidirler.

Klasik görüşün yetersizliği, kurumsal sosyal sorumluluğun daha kapsamlı bir şekilde ele alındığı modern görüşün güçlenmesine neden olmaktadır. Bu görüş işletmeleri toplumsal refahın geliştirilmesi için yapabileceklerinin ötesinde bir şeyler yapma yönünde motive etmektedir (Kotler ve Lee, 2006, s. 9). İşletmelerin temel sorumluluk alanları konusunda Carroll ve Friedman'ın fikirleri benzerdir. Ancak Carroll, şirket yöneticilerinin ekonomik ve yasal sorumluluklar dışında da sorumlulukları olduğunu ileri sürerek farklılaşmaktadır (Wheelen ve Hunger, 2012, s. 74). Carroll'a (1979, s. 499-500) göre, klasik görüşün aksine, işletmelerin ekonomik ve yasal sorumluluklarının yanı sıra etik ve hayırseverlik sorumlulukları da bulunmaktadır. Ekonomik ve yasal sorumluluklar işletmelerin temel sorumlulukları olduğundan kurumsal sosyal sorumlulukla düşük seviyede ilişkilendirilirken, etik ve gönüllülük esasına dayalı olan hayırseverlik sorumlulukları, bir başka ifadeyle ekonomik olmayan sorumluluklar (Aupperle vd., 1985, s. 458) kurumsal sosyal sorumlulukla daha yakından ilgilidir. Carroll (1991, s. 43) kurumsal sosyal sorumlu işletmeyi kâr eden, yasalar çerçevesinde faaliyet gösteren ve iyi kurumsal vatandaşlık özelliklerini taşıyan işletme şeklinde betimlemektedir. Friedman'ın aksine Carroll, ticari kuruluşların gönüllü veya etik sorumlulukları üstlenmemesi durumunda, toplumun devlet üzerinden bunları yasal sorumluluk haline getirmek için harekete geçeceğini ileri sürmektedir. Ayrıca devletler bunu bir işletmenin ekonomik sorumluluklarını dikkate almadan yapabilmektedir. Sonuç olarak, bir işletmenin sosyal sorumluluk alanlarını gönüllü olarak kabul etmemesi ve bunu devletin müdahalesiyle benimsemesi sonucunda, o işletmenin kârlılık düzeyinin daha olumsuz bir şekilde etkilenmesi beklenmektedir (Wheelen ve Hunger, 2012, s. 72). *Business Roundtable* gibi güçlü bir küresel aktörün 181 CEO'nun imzasıyla yayınladıkları ve şirketin var olma nedeni tartışmasında paydaşları

önceleyen açıklama, modern görüşün artık gelenekselleştiği şeklinde yorumlanabilir (http-3).

Kurumsal sosyal sorumluluk alanında yoğun bir şekilde tartışılan konulardan birisi de finansal performans ve kurumsal sosyal sorumluluk performansı arasındaki ilişkidir. Kurumsal sosyal sorumluluk performansı veya kısaca kurumsal sosyal performans işletmenin toplumla olan ilişkilerinde benimsediği politikaların, programların, yürüttüğü faaliyetlerin, benimsediği sosyal sorumluluk ilkelerinin, toplumsal sorunlara müdahale etme eğiliminin tamamını içeren bir anlayış anlamına gelmektedir (Wood, 1991, s. 693). Tartışmaların temeli, bu iki kavram arasında bir korelasyon olup olmadığı, varsa hangi yönlü olduğu ve hangi kavramın diğerini etkilediği yönündedir. İki kavram arasında ilişkiyi pozitif yönlü bulan çalışmalar (Örn. Cochran ve Wood, 1984; Montabon, Sroufe ve Narasimhan, 2007; Arsoy, Arabacı ve Çiftçioğlu, 2012; McGuire vd., 1988; Preston ve O'Bannon, 1997; Waddock ve Graves, 1997; Taşkın, 2015; Başar, 2014; Orlitzky vd., 2000; Vishwanathan vd., 2019) olduğu gibi, iki kavram arasında ilişki olduğuna işaret etmeyen veya ilişkinin negatif yönlü olduğunu belirten (Örn. Aupperle vd., 1985; Aras, Aybars ve Kutlu, 2010; Fettahoğlu, 2014; Sakarya, Yıldırım ve Aytakin, 2014; Soana, 2009; Kaya ve Yazan, 2017; Özçelik, Öztürk ve Gürsakal, 2014; İlhan-nas vd., 2015) çalışmalar da bulunmaktadır. Literatürde yer alan bu farklı sonuçların, kurumsal sosyal sorumluluk performansının ölçümünde yaşanan zorluklardan kaynaklanabileceği gibi (Carroll, 1999, s. 292), araştırmaya dâhil edilmemiş farklı değişkenlerden de kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk kavramının zamana ve mekâna bağlı olarak farklılaşabileceği (Yamak, 2009, s. 95) gerçeği ile kurumsal sosyal sorumluluk alanında yürütülen araştırma çabalarının küreselliğinin sorgulanması durumu (Pisani, Kourula, Kolk ve Meijer 2017, s. 591) da göz ardı edilmemelidir.

2. 2. Uluslararasılaşma

Küreselleşme ile pek çok alanda değişim yaşanmıştır. Bu alanlardan bir tanesi de ticarettir. Dünya genelinde gerçekleştirilen atılımlar

uluslararası ticaretin gelişmesi sonucunu doğurmuş, böylece uluslararası işletmecilik yaygınlaşmış ve günümüzdeki halini almıştır (Aydemir ve Kaya, 2007). Kısaca açıklamak gerekirse, işletmecilik açısından uluslararasılaşma, işletmelerin faaliyetlerini menşe ülke sınırları dışına çıkartmasıyla ilgili bir kavramdır (Öztürk, 2006, s. 1). İşletmelerin uluslararasılaşma eğilimlerinin temel nedenlerinden biri gelir seviyelerini artırmaktır (Özalp, 2001, s. 32). Günümüzde işletmelerin ne kadarının uluslararasılaşmış olduğu veya uluslararası işletme statüsüne girdiği konusunda kesin bir yargı bulunmamaktadır. Fakat genel olarak işletmelerin uluslararası faaliyetlerindeki ülke dışı yönelimi açıklamak için uluslararasılaşma terimi kullanılmaktadır (Mutlu, 1999, s. 80). Bu bakış açısıyla işletmeler kendi ülkeleri dışındaki pazarlarda yer almaya başladığında uluslararası nitelik kazanmış olurlar. Bir başka ifadeyle, işletmelerin ihracat yapıyor olmaları, giriş seviyesinde de olsa, uluslararası sayılabilmeleri için yeterli görülmektedir (Öztürk, 2006, s. 1-2).

İşletmelerin uluslararası, bir başka ifadeyle sınır-ötesi ticari faaliyetlerinde başlangıç aşaması ihracat/ithalattır. İşletmeler daha sonra sözleşmeye dayalı uluslararası iş birlikleri (Örn. bayilik, lisans anlaşmaları, sözleşmeli üretim), mülkiyet temelli uluslararası ortaklıklar (birleşme, satınalma ve ortak girişim) ve son olarak doğrudan yabancı yatırım yaparak ilerler (Mirze, 2018). İşletmelerin uluslararasılaşma çabaları çeşitli kuramların (Örn. Johanson ve Vahlne, 1977; Knight ve Cavusgil, 1996; Mathews, 2006) yardımıyla açıklanabilir. Bunlardan en öne çıkanı *Uppsala Uluslararasılaşma Modeli* olarak bilinen modeldir. İsveçli işletmelerin uluslararasılaşma sürecini izleyerek ortaya koydukları modelde Johanson ve Vahlne (1977) işletmelerin uluslararasılaşma sürecinin beklenmedik bir ihracat fırsatıyla başlayabileceğini, daha sonra işletme hedef pazarda faaliyet gösterdikçe pazara ilişkin bilgi edinip deneyim kazandığını ve artan deneyim sonucunda söz konusu pazarda gitgide daha yoğun bir uluslararası işletmecilik faaliyeti sürdürme eğilimine girdiğini ifade etmektedir. Model ihracat, sözleşmeye dayalı giriş yöntemleri ve son olarak da doğrudan yabancı yatırım şeklindeki uluslararasılaşma sürecini

özetlemektedir. Uppsala Modeli akademik bağlamda genel olarak kabul görmesine rağmen Johanson ve Vahlne (2009) modeli yeniden gözden geçirmiş ve bu kapsamda modeli ağ (network) temelli bir yapı şeklinde yeniden tasarlamıştır. Yenilenmiş modelde önem kazanan yabancı olmanın olumsuzluğu değil, uluslararasılaşma sürecinde belli bir ağın içinde yer bulamamanın yarattığı olumsuzluktur.

Kurumsal sosyal sorumluluk işletmelerin belli ağlarda yer almalarını sağlayabilir ve sonuçta uluslararası işletmecilik faaliyetlerinin yoğunluğunu olumlu yönde etkileyebilir. Yukarıdaki kavramsal çerçeveden hareketle bu çalışmanın temel hipotezi ve alt hipotezleri aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir.

H1. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performansı ile uluslararasılaşma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1a. Topluma destek alanında yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile uluslararasılaşma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1b. Kadınlar ve azınlıklar alanında yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile uluslararasılaşma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1c. İşgörenlere yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile uluslararasılaşma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1d. Çevresel konularda yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile uluslararasılaşma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1e. Ürünler konusunda yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile uluslararasılaşma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada, araştırmaya konu olan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk performansı, KLD indeksi kullanılarak,

uluslararasılaşma düzeyi ise ihracat değerlerinin yıllık net satışları içerisindeki oranları kullanılarak belirlenmiştir.

3. 1. Örneklem

Araştırma evreni, Fortune Türkiye dergisinin Türkiye’de faaliyet gösteren işletmeler içerisinde yıllık net satış miktarına göre sıraladığı Fortune 500 listesinin, 2016 yılı için oluşturduğu veriler kullanılarak oluşturulmuştur. Bu verilerin kullanılmasının nedeni, “Net Satış TL”, “Net Satış Değişim”, “FVÖK”, “FVÖK Değişim”, “Aktif Toplam TL”, “Öz kaynak TL” “İhracat TL” başlıkları altında finansal bilgileri incelemesi ve araştırmada “İhracat TL” başlığının da kullanılıyor olmasıdır. Ayrıca derginin, kurumsal sosyal sorumluluk alanında yaptığı araştırmaların, literatürde kabul görüyor olması, aynı dergi tarafından paylaşılan finansal veriler ile kurumsal sosyal sorumluluk performansı ölçümü konusuna araştırmaya güvenilirlik kazandırmaktadır (Sarıkaya ve Akarca, 2011, s. 65).

İncelenen listede, ilk sıradan itibaren yer alan işletmeler içinden, 2016 yılı içerisinde kurumsal sosyal sorumluluk, yıllık faaliyet ve sürdürülebilirlik raporlarından en az bir tanesini yayımlamış olanlar taranmıştır ve bu tarama yüzüncü sıradaki işletmeye kadar devam ettirilmiştir⁴. İlk yüz işletme içerisine girmiş ve bahsedilen raporlardan en az bir tanesine sahip elli işletme tespit edilmiştir. Bu sayı araştırma için yeterli görülmüştür ve çalışma bu işletmeler üzerine odaklanılarak devam ettirilmiştir.

Araştırma evreninin belirlenmesinde, işletmelerin ihracat miktarları dikkate alınmamıştır. Bir önceki paragrafta sıralanan kriterleri sağlayan işletmeler belirlendikten sonra,

⁴ Yıllık yönetim kurulu faaliyet raporu yayımlayan işletmeler de evrene dâhil edilmemiştir. Bu raporlar kurumsal sosyal sorumluluk performansı ölçümü için yeterli içeriğe sahip değildir.

⁵ Fortune Türkiye 500 listesinde seksen birinci sırada yer alan “ETİ MADEN İŞLETMELERİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ” faaliyet raporu olmasına rağmen araştırma evreninden çıkarılmıştır. İşletmenin tek başına sonucu etkili bir şekilde değiştirebileceği tespit edilmiştir. Araştırmaya dâhil edildiğinde; korelasyon oranında %9,32745866096655’lik negatif bir etkiye ve 0,080024 puanlık düşüşe sebep

işletmelerin ihracat verileri sürece dahil edilmiştir. Seçilen elli işletme içerisinde on altısının ihracat faaliyeti olmadığı tespit edilmiştir.

Listenin aşağılarına doğru inildikçe bahsi geçen raporların bulunma oranının azalması, evrende ihracat faaliyeti olmayan işletmelerin de dahil olmasıyla çeşitliliğin yeteri kadar artmış olması ve daha fazla işletmenin dahil edilmesiyle başka değişkenlerin de sonuca etki edebileceği yönündeki kaygılardan dolayı çalışmanın söz konusu elli işletmeyle sınırlandırılması yeterli görülmüştür⁵.

Fortune Türkiye 500 Listesindeki ilk yüz işletmenin incelenmesi sırasında edinilen ilk bulgu, işletmenin rapor yayımlama oranları olmuştur. 2016 yılı dikkate alındığında ilk yüz işletme içinde yalnızca elli tanesinin, kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik ve yıllık faaliyet raporlarından en az birini yayımladıkları görülmüştür. Bu durum ilk bakışta, işletmeler tarafından kurumsal sosyal performans hassasiyetinin henüz tam anlamıyla benimsenmediği şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca listenin sonlarına doğru ilerledikçe, işletmelerin rapor yayımlama sıklığının da azaldığı gözlenmektedir. Bu durum da bahsedilen yorumu güçlendirmektedir.

Araştırma sonucunda ulaşılan bulgulardan bir diğeri ise, araştırma evrenine dâhil edilebilen elli işletmelerin ihracat oranlarıdır. Araştırma evrenine dâhil edilebilen elli işletmeden 16 tanesinin, ihracat faaliyetinin olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen işletmelerin yaklaşık %30’unun uluslararasılaşma değerlerinin olmamasına karşın araştırma için kullanılacak kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik ve

olmaktadır. Bu durumun nedeni, listede yer alan işletmeler arasında, bu araştırmada uluslararasılaşma puanı olarak kabul edilen ihracat miktarının net satışları içindeki yüzdeleri değeri en yüksek işletme olması ve kurumsal sosyal sorumluluk performansı değerlendirmesinde ortalamasının yalnızca 0,040314287 puan üstünde olmasıdır. Araştırma örneğinde aynı duruma sahip başka bir işletmeyle karşılaşılmaması, durumun bu işletmeye özel olduğu izlenimini uyandırmıştır ve bu özel durumun araştırmanın sonucuna etki etmesi engellenmiştir.

yıllık faaliyet raporlarından en az birini yayımlamış olmaları da yorumlanması gereken bir bulgu olarak ortaya çıkmıştır.⁶ Bu bulgular ışığında, rapor yayımlamanın kurumsal sosyal sorumluluk performansının artışı için yeterli olmadığı ve iyi bir kurumsal sosyal sorumluluk puanı için raporun içeriğinin de çok önemli olduğu belirtilmelidir.

3. 2. Değişkenler ve Ölçme

İşletmelerin kurumsal sosyal performansını ölçmek için farklı yöntemler bulunmaktadır. Bunlardan bazıları, içerik analizi, itibar indeksi, KLD indeksi, zehirli atık envanteri yöntemleri olarak sıralanabilmektedir (Sarıkaya ve Akarca, 2011, s. 65-66). Domini 400 Sosyal İndeksi olarak adlandırılan ve bu çalışmada kullanılan indeks, kurumsal sosyal performansın, paydaşların endişeleriyle ilgili konularda değerlendirilmesine odaklanan bağımsız bir derecelendirme hizmetidir. Kinder, Lydenberg, Domini (KLD) işletmeleri kurumsal sosyal performansın sekiz niteliği ile derecelendirerek çok boyutlu bir değerlendirme sunmaktadır. Fakat, özellikle kurumsal stratejiye, toplum ilişkilerine, çalışan ilişkilerine, çevreye ilişkin performansa, ürün özelliklerine ve kadınlar ile azınlıkların durumlarının iyileştirilmesine vurgu yapan beş derecelendirme özelliği, işletme ve paydaşların ilişkisinde kilit düzeydeki problemleri ele almaktadır. Bu beş başlık, “-2” (en büyük kaygı) ile “2” (en güçlü yön) arasında değişen değerlerle derecelendirilmektedir ve bu derecelendirme değerleri, işletmenin kurumsal sosyal performansı hakkında bilgi vermektedir (Waddock ve Graves, 1997, s. 307-308).

KLD indeksinden faydalanılarak yukarıda söz edilen araştırma alanları oluşturulmuştur. Bu alanlar, kendi içinde “Strengths” ve “Concerns” alt başlıklarından oluşan beş ana başlık içermektedir. Bu alanlar “Topluma Destek”, “Azınlıklar”, “İşgörenler”, “Çevre” ve “Ürünler” olarak isimlendirilmiştir. Her bir ana başlıkta bulunan alt başlıkların altında farklı sayıda alt başlık bulunmaktadır. Bu alt başlıklardan “Strengths” başlığının altında bulunan alt başlıklara, incelenen raporlar sonucunda “0”, “1”, “2” puanlarından biri seçilerek puan verilmiştir. Bu alt başlıklardan “Concerns” başlığının altında bulunan alt başlıklara, incelenen raporlar sonucunda “0”, “-1”, “-2” puanlarından biri seçilerek puanlandırılmıştır. Bu işlem bütün başlıklar için uygulandıktan sonra “Strengths” ve “Concerns” başlıklarındaki alt başlıkların değerlerinin yaklaşık değerleri “-2”, “-1”, “0”, “1” ve “2” şeklinde olmak üzere her bir başlığa yazılmıştır. Fakat çıkan sonuçların puanlayanın öznel yargısından olabildiğince arındırılması amacıyla “Strengths” ve “Concerns” başlıklarındaki alt başlıkların değerlerinin ortalaması alınmış ve değer verirken tam sayı olması şartı aranmamıştır. KLD indeksinin puanlama süreci Tablo 1’de örneklendirilmiştir. Çıkan değerler, her bir ana başlığın altında toplanıp, diğer ana başlıkların değerlerinin de tamamlanmasıyla ortalama hesaplamaya dâhil edilmiştir. Beş ana başlığın altında oluşan beş değer toplanıp beşe bölünmüştür. Çıkan sonuç işletmeye verilen kurumsal sosyal sorumluluk performansı puanı olarak kabul edilmiştir. İşletmelerin KLD indeks puanları Ek-1’de yer almaktadır.

⁶Araştırma kapsamında kullanılan örneklemin yapısı dikkate alındığında, örnekleme dahil edilen işletmelerin bazılarının ihracat yapmayan işletmeler olduğu dikkat çekmektedir. Örneklem kapsamındaki işletmelerin 33 tanesi ihracat yapan işletmeler iken 16 işletme ihracat faaliyetinde bulunmamaktadır. İhracat yapan ve yapmayan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk puanlarına dair ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının anlaşılmasının da çalışmanın amacı açısından anlamlı olacağı

düşünülmüştür. Bu amaçla uygulanan bağımsız örneklem t testi sonuçları ihracat yapan işletmelerin ortalama KSS puanlarının ($\bar{X} = ,4058; \pm,30414$) ihracat yapmayan işletmelerden ($\bar{X} = -,2778; \pm,19860$) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir ($t=-8,159; P<,01$).

Tablo 1: KLD İndeks Puanlama Süreci

Verilen Puan	Örnek İfade/Yorum	Kaynak
+2	“Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Destekliyorum.”	Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu
+1	“Ateşböcekleri Yine Yollarda...”	Yıllık Faaliyet Raporu
0	2016 yılına ait bağış miktarı 2016 faaliyet raporunda bulunmamaktadır.	Yıllık Faaliyet Raporu
-1	Faaliyet raporunda iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili politikalarına rastlanmamıştır.	Yıllık Faaliyet Raporu
-2	“Yoğun Gaz Kokusu Halkı Tedirgin Ediyor!”	Haber - İnternet Taraması

Literatür kısmında da bahsedildiği gibi işletmeler açısından, uluslararasılaşma sürecinde atılabilecek ilk adım ihracattır (Mirze, 2018: 216). Bu nedenle kapsayıcı olması açısından işletmelerin uluslararasılaşma düzeyleri belirlenirken ihracat verileri kullanılmıştır. Fortune Türkiye dergisinin Türkiye’de faaliyet gösteren net satışlar bakımından en büyük beş yüz işletmeyi listelediği veriler kullanılarak, ilk yüzde bulunan ve kurumsal sosyal sorumluluk, yıllık faaliyet ve sürdürülebilirlik raporlarından en az birini yayımlamış işletmelerin net satışları içerisindeki ihracat oranları, yüzdeler değere dönüştürülerek, bir sonuç elde edilmiştir. Listede yer alan ve ihracat faaliyeti olmayan işletmeler için uluslararasılaşma puanı sıfır olarak kabul edilmiştir (http-4). Çıkan sonuç işletmeye verilen uluslararasılaşma puanı olarak kabul edilmiştir. İşletmelerin uluslararasılaşma düzeyi, KLD indeks toplam puanları ve puanlara esas teşkil eden rapor türü Ek-2’de yer almaktadır.

4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Araştırma kapsamında kullanılan değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 2’de özetlenmektedir. Buna göre ihracat performansı ortalaması %19,54 şeklinde hesaplanmıştır. İhracat verileri hiç ihracat faaliyeti olmayan işletmeler ile neredeyse tüm gelirini (%98,2) ihracattan elde eden işletmeleri kapsamaktadır. KLD indeksi verilerine bakıldığında ise yalnızca azınlıklara ilişkin ortalamanın olumsuz düzeyde kaldığı görülmektedir. Azınlıklara yönelik kurumsal sosyal sorumluluk puanının düşüklüğü çeşitliliklerin yönetiminde tek doğru olmadığı gerçeğiyle ilişkilendirilebilir (Özkaya, Özbilgin ve Şengül, 2008). Tüm paydaşların katılımının sağlanmamış olması ile bağlamın özelliklerinin dikkate alınmaması bu duruma yol açmış olabilir. Yine bu durum, 2011 yılında Türkiye için yeni bir kavram şeklinde ifade edilen ve emekleme aşamasında olduğu belirtilen çeşitlilik yönetimi konusunda (Tozkoparan ve Vatansever, 2011) henüz istenilen seviyeye erişilemediğine de işaret edebilir.

Tablo 2: Araştırma Kapsamında Kullanılan Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	Min.	Max.
İhracat performansı	19,54	26,01	0	98,2
KSP-Toplum	,28	,48	-1,33	1,57
KSP-Azınlık	-,29	,53	-1,33	,75
KSP-İşgören	,19	,93	-4	1,71
KSP-Çevre	,27	,44	-,28	1,71
KSP-Ürün	,46	,44	-,25	1,5
KSP-Toplam	,92	2,06	-4	6,19

N: 50

Değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayıları, Tablo 3' de yer almaktadır. Buna göre ihracat performansı değişkeninin KLD'nin toplum ($r=0,46$; $P<,05$), azınlıklar ($r=0,41$; $P<,05$), işgörenler ($r=0,68$; $P<,05$), çevre ($r=0,457$; $P<,05$) ve ürün ($r=0,56$; $P<,05$) boyutlarının tamamı ile ve yine bu boyutların toplamından elde edilen toplam KSP skoru ile ($r=0,76$; $P<,05$) anlamlı ve pozitif yönlü ilişkilere sahip olduğu görülmektedir. KSP boyutları aynı zamanda kendi aralarında da anlamlı ve pozitif yönlü ilişkilere sahiptir ($P<,05$). Bununla birlikte KSP boyutları arasındaki bu ilişkilerin çoklu doğrusal bağlantı (*multicollinearity*) sorununa neden olabilecek düzeyde olmadığı ($r<,80$) görülmektedir. KLD'nin tüm boyutlarına ve toplama ilişkin puanın işletmeler açısından anlamı kurumsal sosyal

sorumlu olmanın daha fazla uluslararası faaliyet anlamına gelebileceği yönündedir. İhracat düzeyindeki artışın işletmenin gelirleri üzerinde olumlu etki yarattığı varsayılırsa bu durumun kurumsal sosyal performans ile kurumsal finansal performans arasında olumlu yönlü ilişki bulan çalışmalarla (Örn. Cochran ve Wood, 1984; Montabon, Sroufe ve Narasimhan, 2007; Arsoy, Arabacı ve Çiftçioğlu, 2012; McGuire vd., 1988; Preston ve O'Bannon, 1997; Waddock ve Graves, 1997; Taşkın, 2015; Başar, 2014; Orlitzky vd., 2000; Vishwanathan vd., 2019) aynı doğrultuda olduğu ifade edilebilir.

Tablo 3: Değişkenler Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

Değişkenler ^a	1	2	3	4	5	6	7
1- İhracat performansı	1						
2- KSP-Toplum	,46	1					
3- KSP-Azınlık	,41	,37	1				
4- KSP-İşgören	,68	,42	,30	1			
5- KSP-Çevre	,57	,36	,32	,47	1		
6- KSP-Ürün	,56	,36	,34	,50	,41	1	
7- KSP-Toplam	,76	,68	,62	,84	,69	,70	1

^a Tüm korelasyonlar ,05 düzeyinde anlamlıdır.

Bu çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk performansı boyutlarının ihracat performansı üzerindeki etkilerinin ortaya konulması için çoklu ve basit doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır (Tablo 4). Regresyon modellerinde ihracat performansı bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. İlk adımda toplam KSP skorunun bağımlı değişken üzerinde etkisi test edilmiş (Model 1) olup daha sonraki adımlarda KSP boyutlarının etkileri ayrı ayrı modellenmiştir (Model 2 – Model 6). Son adımda ise tüm KSP boyutlarının bir arada bağımsız değişken olarak kullanıldığı bir model test edilmiştir (Model 7). Test edilen regresyon modellerinde çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) sorununun ortaya çıkmadığı (VIF<10) görülmektedir. Bununla birlikte değişen

varyans (heteroskedasticity) sorununun tespit edilmesi için uygulanan White testi de bu sorunla karşılaşmadığını göstermektedir. Bulgular yorumlandığında, KSP toplam skorunun ihracat performansı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ($\beta=,77$; $P<,01$). KSP boyutlarının etkilerinin tek başlarına ele alındığı modeller incelendiğinde toplum ($\beta=,46$; $P<,01$), azınlıklar ($\beta=,41$; $P<,01$), işgörenler ($\beta=,68$; $P<,01$), çevre ($\beta=,57$; $P<,01$) ve ürün ($\beta=,56$; $P<,01$) boyutlarının tamamının ihracat performansını pozitif yönde etkilediği görülmüştür. KSP boyutlarının bir arada ele alındığı modelde ise pozitif yönlü anlamlı etkiler işgörenler ($\beta=,39$; $P<,01$), çevre ($\beta=,22$; $P<,05$) ve ürün ($\beta=,19$; $P<,19$) boyutları için gözlenmektedir.

Tablo 4: Çoklu ve Basit Doğrusal Regresyon Analizleri

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6	Model 7
KSP Toplam	,77**						
Toplum		,46**					,09
Azınlıklar			,41**				,12
İşgörenler				,68**			,39**
Çevre					,57**		,22*
Ürün						,56**	,19+
F	69,08**	13,12**	10,01**	41,58**	23,52**	22,83**	13,53**
Adjusted R²	,58	,19	,15	,45	,31	,31	,56
VIF (max)	1	1	1	1	1	1	1,61
White test (x²)	,28	,23	1,42	,20	2,12	6,23	20,07

*p<.10; *p<.05; **p<.01

5. SONUÇ

Kurumsal sosyal sorumluluk performansı ölçüm teknikleri, evrimsel bir değişim sürecinden geçmiştir. 1950'li yıllardan itibaren literatüre girmeye başlayan bu kavram farklı indekslerle araştırılmıştır. Devam etmekte olan bu değişim süreci literatürde, farklı kurumsal sosyal sorumluluk performansı hesaplama tekniklerinin geliştirilmesine neden olmuştur. Son zamanlarda kurumsal sosyal sorumluluk performansı hesaplamalarında KLD indeksi kullanımı yaygın görülen bir uygulamadır. Kurumsal sosyal performans açısından kullanılan endekse göre değişken sonuçlar elde edilebileceği göz ardı edilmemelidir (Griffin ve Mahon, 1997). Uluslararasılaşma derecesi hesaplamaları konusunda da literatürde farklı görüşlere rastlanmıştır. Farklı parametrelerle incelenen bu kavram, bu çalışmada literatür genelinde temel düzeyde kabul görmüş, ihracat değerleri kullanılarak hesaplanmıştır. Bir başka ifadeyle KLD indeksi tercihi ve uluslararasılaşma açısından ihracat düzeyine odaklanması çalışmanın temel kısıtları arasındadır. Yine çalışmada belli bir yıla ilişkin kesitsel bir analiz içermesi ve puan

hesaplamalarının belli düzeyde öznellik içermesi de çalışmanın diğer kısıtları arasında sayılabilir.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizler sonucunda kurumsal sosyal performans artan işletmelerin uluslararasılaşma düzeylerinin de artış gösterdiği görülmüştür. Bu durumun KLD indeksinin topluma destek, azınlıklar, işgörenler, çevre ve ürün alt başlıklarında da devam ettiği gözlenmiştir. Uppsala Uluslararasılaşma Modeli'nin yeni versiyonu (Johanson ve Vahlne, 2009) açısından değerlendirildiğinde çalışma sonuçları; artan kurumsal sosyal performanslarıyla işletmelerin uluslararası işletmecilik ağlarında kendilerine yer buldukları ve bu performans artışının söz konusu ağlarda daha güçlü bir şekilde var olmanın önemli bir belirleyicisi olduğu şeklinde yorumlanabilir. Uluslararasılaşma düzeyini finansal performansın öncülü olarak ele alırsak, çalışma sonuçları Carroll'un (1979) ifade ettiği modern görüşle örtüşmekte aynı zamanda Drucker'ın (1984) ekonomik fırsat vurgusunu doğrulamaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk bağlama özel anlamı olan bir kavramdır (Yamak, 2009). Bu nedenle uluslararasılaşma düzeyini etkileyen başka değişkenlerin de olabileceği göz ardı edilmemelidir. İlk önce araştırılması gereken

işletmelerin uluslararasılaşma bağlamında neden sosyal sorumlu olma yönünde hareket ettikleridir. İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk alanında yaptıkları işleri taklitçi eşbiçimlilik nedeniyle yapabilecekleri gibi ahlâki ve zorlayıcı eşbiçimlilik nedenleriyle de gerçekleştirebilirler. Uluslararası işletmecilik ağlarının içinde yer almak isteyen işletmelerin hangi açıdan eşbiçimlilikleştikleri daha sonraki çalışmalarla ortaya konmalıdır. Bu çalışmada yanıtlanamayan bir başka soru ise işletmelerin sahiplik yapısıyla ilişkilendirilebilir. Yabancı ortaklı veya uluslararası stratejik işbirliklerinin içinde olan işletmelerin kurumsal sosyal sorumlu olma çabaları ile yerel işletmelerin uluslararasılaşma çabalarının, kurumsal sosyal sorumlu davranma eğilimi açısından farklılaşp farklılaşmadığı da bir başka çalışmada daha derinlemesine araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Aktan, C. C. ve Börü, D. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk. C. C. Aktan (Ed.), *Kurumsal sosyal sorumluluk* (s. 6-24) içinde. İstanbul: İGİAD Yayını.
- Aras, G., Aybars, A. ve Kutlu, Ö. (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), 229-254.
- Arsoy, A. P., Arabacı, Ö. ve Çiftçioğlu, A. (2012). Corporate social responsibility and financial performance relationship: The case of Turkey. *The Journal of Accounting and Finance*, 53(Ocak), 159-176.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B. ve Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28(2), 446-463.
- Aydemir, C. ve Kaya, M. (2007). Küreselleşme kavramı ve ekonomik yönü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(20), 260-282.
- Başar, B. A. (2014). Kurumsal sosyal sorumluluk raporlaması ve finansal performans arasındaki ilişki: Borsa İstanbul'da işlem gören kimya-petrol-plastik sektörü şirketleri üzerine bir araştırma, *Yönetim ve Ekonomi*, 21(2), 59-72.
- Bowen, H. R. (1953/2013). *Social responsibilities of the businessmen*. Iowa City, IO: University of Iowa Press.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- 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. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Cochran, P. ve Wood, R. (1984). Corporate social responsibility and financial performance. *The Academy of Management Journal*, 27(1), 42-56.
- Commission of the European Communities. (2002). *Corporate social responsibility: A business contribution to sustainable development*. Brussels: Commission of the European Communities.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities?. *California Management Review*, 2(3), 70-76.
- Drucker, P. F. (1984). Converting social problems into business opportunities: The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.

- Epstein, E. M. (1987). The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99-114.
- Fettahoğlu, S. (2014). İşletmelerde sosyal sorumluluk ile finansal performans arasındaki ilişki: İMKB'ye yönelik bir uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 6(1), 11-20.
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Friedman, M. (1970, 13 Eylül). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times*, 122-126.
- Griffin, J. J. ve Mahon, J. F. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twenty-five years of incomparable research. *Business & Society*, 36(5), 5-31.
- İlhan-nas, T., Koparan, E. ve Okan, T. (2015). The effects of the CSR isomorphism on both CSP and CFP. *Journal of Asia Business Studies*, 9(3), 251-272.
- Johanson, J. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1411-1431.
- Johanson, J. ve Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.
- Knight, G. A. ve Cavusgil, S. T. (1996). The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. *Advances in International Marketing*, 8, 11-26.
- Kotler, P. ve Lee, N. (2006). *Kurumsal sosyal sorumluluk*. (Çev. S. Kaçamak). Kapital Medya: İstanbul.
- Mathews, J. A. (2006). Dragon multinationals: New players in 21 st century globalization. *Asia Pacific Journal of Management*, 23(5), 5-27.
- McGuire, J.W. (1963). *Business and society*. New York: McGraw-Hill.
- McGuire, J. B., Sundgren, A. ve Schneeweis, T. (1988). Corporate social responsibility and firm financial performance. *The Academy of Management Journal*, 31(4), 854-872.
- Mirze, S. K. (2018). *Uluslararası işletmecilik ve yönetim*. İstanbul: Beta.
- Montabon, F., Sroufe, R. ve Narasimhan, R. (2007). An examination of corporate reporting, environmental management practices and firm performance. *Journal of Operations Management*, 25(3), 998-1014.
- Mutlu, E. (1999). *Uluslararası işletmecilik*. İstanbul: Beta.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L. ve Rynes, S. L. (2000). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.
- Özalp, İ. (2001). *Çokuluslu işletmeler: Uluslararası yaklaşım*. Eskişehir: Birlik Ofset.
- Özçelik, F., Öztürk, B. A. ve Gürsakal, S. (2014). Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in Turkey. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(3), 189-203.
- Özkaya, M. O., Özbilgin, M. ve Şengül, C. M. (2008). Türkiye'de farklılıkların yönetimi: Türk ve yabancı ortaklı şirket örnekleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 359-374.
- Öztürk, A. S. (2006). *Küresel sınırları zorlamak: Uluslararasılaşma süreci ve sınırları zorlayan şirketler*. Ankara: Ekin Kitabevi.
- Pisani, N., Kourula, A., Kolk, A. ve Meijer, R. (2017). How global is international CSR research?

Insights and recommendations from a systematic review. *Journal of World Business*, 52(5), 591-614.

Preston, L. E. ve O'Bannon, D. P. (1997). The corporate social-financial performance relationship. *Business & Society*, 36(4), 419-429.

Sakarya, Ş., Yıldırım, A. ve Aytekin, S. (2014). Kurumsal sosyal sorumluluk açıklamalarının finansal performans üzerine etkisi: BIST-30'da bir uygulama. *AKÜ İİBF Dergisi*, 16(1), 1-15.

Soana, M. G. (2009). The relationship between corporate social performance and corporate financial performance in the banking sector. *Journal of Business Ethics*, 104(1), 1-24.

Swanson, D. L. (1995). Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 20(1), 43-64.

Taşkın, D. (2015). The relationship between csr and banks' financial performance: Evidence from turkey. *Journal of Yasar University*, 10(Special Issue), 21-30.

Tenekecioğlu, B. (1977). İşletmelerin sosyal sorumlulukları. *Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi*, 13(2), 46-62.

Top, S. ve Önder, A. (2008). İşletme perspektifinden sosyal sorumluluk teorisinin incelenmesi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 97-110.

Tozkoparan, G. ve Vatanserver, Ç. (2011). Farklılıkların yönetimi: İnsan kaynakları yöneticilerinin farklılık algısı üzerine bir odak grup çalışması. *Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(21), 89-109.

Vishwanathan, P., Oosterhout, H. J. Van, Heugens, P. P. M. A. R. ve Duran, P. (2019). Strategic CSR: A Concept Building Meta-Analysis. *Journal of Management Studies*.
<http://doi.org/10.1111/joms.12514>

Waddock, S. A. ve Graves, S. B. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 3-34.

Wheelen, T. I. ve Hunger, J. D. (2012). *Strategic management and business policy (13th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.

Yamak, S. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluk: Yerel farklılıklar, küresel ayrılıklar. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 95-101.

Yoshino, M. Y. (1966). Toward a Concept of Managerial Control for a World Enterprise. *Michigan Business Review*, 149-161.

İNTERNET KAYNAKLARI

http-1: Türk Dil Kurumu-TDK,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a1842dcb77ce2.91787623, (Erişim Tarihi: 24.11.2017)

http-2: Türk Dil Kurumu-TDK,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a18417253de42.60718085, (Erişim Tarihi: 17.11.2017)

http-3: Business Roundtable,
<https://www.businessroundtable.org/business-roundtable-redefines-the-purpose-of-a-corporation-to-promote-an-economy-that-serves-all-americans>, (Erişim Tarihi: 25.08.2019).

http-4: Fortune Turkey,
<https://www.fortuneturkey.com/fortune500?yil=2016&tip=1>, (Erişim Tarihi: 20.03.2019)

Ek-1: KLD alt başlıkları doğrultusunda işletmelerin aldıkları puanlar.

İŞLETME ADI	TOPLUMA DESTEK	AZINLIKLAR	İŞGÖRENLER	ÇEVRE	ÜRÜN
ENERJİ PİYASALARI İŞLETME A.Ş.	0	-0,66667	-0,25714	-0,14286	0
TÜRK HAVA YOLLARI A.O.	0,75	0,5	1,571429	0,285714	0,5
BİM BİRLEŞİK MAĞAZALAR A.Ş.	0	-0,66667	-0,68571	0	0,75
FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.	1,142857	0,75	1,428571	0,714286	1
TÜRKİYE ELEKTRİK TİCARET VE TAAHHÜT A.Ş.	0	-0,66667	0,142857	-0,28571	0
TÜRK TELEKOMÜNİKASYON A.Ş.	0,571429	-0,66667	0,428571	0,571429	-0,25
ARÇELİK A.Ş.	1,571429	0,625	1,285714	1,714286	1
TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.	0,714286	0,25	1,428571	0	1
TURKCELL İLETİŞİM HİZMETLERİ A.Ş.	1,142857	0,125	0	0,285714	0
DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET A.Ş.	0,285714	0,625	-0,11429	-0,14286	0
EREĞLİ DEMİR VE ÇELİK FABRİKALARI T.A.Ş.	0,142857	0	-0,11429	0,285714	0,75
MİGROS TİCARET A.Ş.	0	-0,29167	0,228571	0	0,75
ENKA İNŞAAT VE SANAYİ A.Ş.	1	-0,66667	0,571429	1,285714	0,5
ANADOLU EFES BİRACILIK VE MALT SANAYİİ A.Ş.	0,857143	-0,41667	0,857143	0,857143	1
VESTEL ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	0,285714	0,25	0,714286	1,142857	1,5
SELÇUK ECZA DEPOSU TİCARET VE SANAYİ A.Ş.	0	-0,33333	0,085714	0	0
EÜAŞ ELEKTRİK ÜRETİM A.Ş.	0	-1	-0,11429	-0,28571	0
AYGAZ A.Ş.	0,428571	0	0,285714	-0,28571	1
TÜRKİYE ELEKTRİKİLETİM A.Ş.	0	1,33333	-0,65714	-0,28571	0,25
İÇDAŞ ÇELİK ENERJİ TERSANE VE ULAŞIM SAN.A.Ş.	1,285714	-0,54167	0,857143	0,571429	0,5

İSTANBUL GAZ DAĞITIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	0	-0,66667	-1,2	0	0,75
OTOKOÇ OTOMOTİV TİCARET VE SANAYİ A.Ş.	0	-1,33333	-0,8	-0,28571	0
PETKİM PETROKİMYA HOLDİNG A.Ş.	0,571429	-0,66667	1	0,571429	0,5
CARREFOURSA CARREFOUR SABANCI TİCARET MERKEZİ A.Ş.	0	0	-4	0	0
ÜLKER BİSKÜVİ SANAYİ TİCARET A.Ş.	0,285714	-0,66667	0,742857	0,571429	1
İNDEKS BİLGİSAYAR SİSTEMLERİ MÜHENDİSLİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	0	0,125	-0,25714	0,142857	0
ASELSAN ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	0	-0,41667	0,571429	0,857143	0,75
TÜRK TRAKTÖR ZİRAAT MAKİNELERİ A.Ş.	0,571429	-0,41667	0,857143	0,571429	1
AKSA ENERJİ ÜRETİM A.Ş.	0,142857	0	0,028571	0,714286	0
GEDİZ ELEKTRİK PERAKENDE SATIŞ ANONİM ŞİRKETİ	0	-1,33333	-0,4	0	0
TEKNOSA İÇ VE DIŞ TİC. A.Ş.	0	-1,33333	-0,4	0	0
TRAKYA CAM SANAYİİ A.Ş.	0,428571	0	0,428571	0	0,75
SARUYSAN ELEKTROLİTİK BAKIR SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	0,428571	0	1,714286	0,571429	1
GÜBRE FABRİKALARI TAŞ.	0,428571	-0,66667	1,142857	0,428571	0,75
BİZİM TOPTAN SATIŞ MAĞAZALARI A.Ş.	0	-1	-0,8	0	0
AKSA DOĞALGAZ DAĞITIM A.Ş.	0	-0,66667	-0,51429	0	0
TÜRKİYE KÖMÜR İŞLETMELERİ KURUMU GENEL MÜDÜRLÜĞÜ	-1,33333	-0,51429	-0,28571	0,75	0
TP PETROL DAĞITIM A.Ş.	0	-0,66667	0,028571	-0,28571	0
İPRAGAZ A.Ş.	0	-0,41667	0,028571	-0,14286	0,75
SÜTAŞ SÜT ÜRÜNLERİ A.Ş.	0	0,25	-0,51429	0,142857	0,75
OZON GİYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	0	-0,04167	-0,08571	0,285714	0

NADİR METAL RAFİNERİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	0	-0,41667	0,571429	0,571429	1
YDA İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	0	0	-0,11429	0	0
SODA SANAYİİ A.Ş.	0,285714	0,5	1,228571	0,714286	0,5
AYDEM ELEKTRİK PERAKENDE SATIŞ A.Ş.	0,857143	0	-0,65714	0	0
AKSA AKRİLİK KİMYA SANAYİ A.Ş.	0	0	1,285714	0,428571	0,75
BANVİT BANDIRMA VİTAMİNLİ YEM SANAYİ A.Ş.	0,428571	0,125	-0,22857	0,285714	0,75
KORDSA GLOBAL ENDÜSTRİYEL İPLİK VE KORD BEZİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	0	0,25	0,714286	0,428571	0,25
TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ A.Ş.	1,142857	0	0,657143	-0,14286	1

Ek-2: İşletmelerin uluslararasılaşma düzeyleri ve kurumsal sosyal sorumluluk puanı (yıllık faaliyet raporu YFR, sürdürülebilirlik SR).

İŞLETME ADI	RAPOR TÜRÜ	ULUSLARARASI LAŞMA DERECE Sİ	KSS PUANI
ENERJİ PİYASALARI İŞLETME A.Ş.	YFR	0	-0,21333
TÜRK HAVA YOLLARI A.O.	YFR	84,79707	0,721429
BİM BİRLEŞİK MAĞAZALAR A.Ş.	YFR	0	-0,12048
FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.	YFR ve SR	67,1803	1,007143
TÜRKİYE ELEKTRİK TİCARET VE TAAHHÜT A.Ş.	YFR	0	-0,1619
TÜRK TELEKOMÜNİKASYON A.Ş.	YFR	3,164721	0,130952
ARÇELİK A.Ş.	YFR ve SR	69,61015	1,239286
TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.	YFR	69,11587	0,678571
TURKCELL İLETİŞİM HİZMETLERİ A.Ş.	YFR ve SR	6,836872	0,310714
DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET A.Ş.	SR	0	0,130714
EREĞLİ DEMİR VE ÇELİK FABRİKALARI T.A.Ş.	YFR ve SR	13,33832	0,212857
MİGROS TİCARET A.Ş.	YFR	3,029733	0,137381
ENKA İNŞAAT VE SANAYİ A.Ş.	YFR	37,78569	0,538095

ANADOLU EFES BİRACILIK VE MALT SANAYİİ A.Ş.	YFR ve SR	52,58858	0,630952
VESTEL ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	YFR	70,92364	0,778571
SELÇUK ECZA DEPOSU TİCARET VE SANAYİ A.Ş.	YFR	0,361091	-0,04952
EÜAŞ ELEKTRİK ÜRETİM A.Ş.	YFR	0	-0,28
AYGAZ A.Ş.	YFR	6,697585	0,285714
TÜRKİYE ELEKTRİK İLETİM A.Ş.	YFR	0	-0,40524
İÇDAŞ ÇELİK ENERJİ TERSANE VE ULAŞIM SAN.A.Ş.	SR	29,12344	0,534524
İSTANBUL GAZ DAĞITIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	YFR	0	-0,22333
OTOKOÇ OTOMOTİV TİCARET VE SANAYİ A.Ş.	YFR	0	-0,48381
PETKİM PETROKİMYA HOLDİNG A.Ş.	YFR	30,16348	0,395238
CARREFOURSA CARREFOUR SABANCI TİCARET MERKEZİ A.Ş.	YFR	0	-0,8
ÜLKER BİSKÜVİ SANAYİ TİCARET A.Ş.	YFR	20,30129	0,386667
İNDEKS BİLGİSAYAR SİSTEMLERİ MÜHENDİSLİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	YFR	0,971583	0,002143
ASELSAN ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	YFR ve SR	12,88188	0,352381
TÜRK TRAKTÖR ZİRAAT MAKİNELERİ A.Ş.	YFR	28,60214	0,516667
AKSA ENERJİ ÜRETİM A.Ş.	YFR	8,262748	0,177143
GEDİZ ELEKTRİK PERAKENDE SATIŞ ANONİM ŞİRKETİ	YFR	0	-0,34667
TEKNOSA İÇ VE DIŞ TİC. A.Ş.	YFR	0	-0,34667
TRAKYA CAM SANAYİİ A.Ş.	YFR ve SR	9,89688	0,321429
SARKUYSAN ELEKTROLİTİK BAKIR SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	YFR	50,83047	0,742857
GÜBRE FABRİKALARI TAŞ.	YFR	24,98433	0,416667
BİZİM TOPTAN SATIŞ MAĞAZALARI A.Ş.	YFR	0	-0,36
AKSA DOĞALGAZ DAĞITIM A.Ş.	YFR	0	-0,23619
TÜRKİYE KÖMÜR İŞLETMELERİ KURUMU GENEL MÜDÜRLÜĞÜ	YFR	0	-0,27667
TP PETROL DAĞITIM A.Ş.	YFR	0	-0,18476
İPRAGAZ A.Ş.	SR	0,174906	0,04381
SÜTAŞ SÜT ÜRÜNLERİ A.Ş.	YFR	4,594837	0,125714
OZON GİYİM SANAYİ VE TİC. A.Ş.	SR	2,301343	0,031667



NADİR METAL RAFİNERİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	SR	24,06086	0,345238
YDA İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	YFR	7,441035	0,034286
SODA SANAYİİ A.Ş.	YFR ve SR	38,93868	0,76
AYDEM ELEKTRİK PERAKENDE SATIŞ A.Ş.	YFR	0	-0,13143
AKSA AKRİLİK KİMYA SANAYİ A.Ş.	YFR	39,46505	0,578571
BANVİT BANDIRMA VİTAMİNLİ YEM SANAYİ A.Ş.	YFR	9,199765	0,186429
KORDSA GLOBAL ENDÜSTRİYEL İPLİK VE KORD BEZİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	YFR	32,72719	0,557143
TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ A.Ş.	YFR	18,28865	0,26