

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAŞARISINA FİNANSAL PERFORMANSIN ETKİSİ

Cengiz DURAN

Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
cengiz.duran@dpu.edu.tr

Ferit KARAHAN

Dr., Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
ferit.karahan@dpu.edu.tr

Mürsel GÜLER

Arş. Grv., Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
mursel.guler@dpu.edu.tr

Sezer BUDAK

Öğr. Gör., İstinye Üniversitesi
sbudak@istinye.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmada firmaların finansal performans göstergelerinin KSS'yi etkileme düzeyini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışma bulgularını elde etmek için Kurumsal sosyal sorumluluk başarısının bağımlı; cari oran, KVB/Toplam borç, Toplam borç/Toplam aktif, Nakit benzeri/Ortalama giderin bağımsız değişken olduğu regresyon analizi kurulmuştur.

Bulgular: Bulgular sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk başarısı üzerinde toplam borç içerisinde kısa vadeli borçların oranının ve ortalama giderler içerisinde nakit benzerinin oranının olumlu etkisi varken cari oranın negatif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Finansal Performans, Yönetmel Fırsatçılık

THE IMPACT OF FINANCIAL PERFORMANCE ON THE AIM OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Abstract

Objectives: In this study, it is aimed to reveal the level of firms' financial performance indicators affecting CSR.

Methods: To acquire study findings Dependent on the success of corporate social responsibility; current ratio, KVA / Total Debt, Total Debt / Total Active, Cash-like / Average independent variable.

Results: As a result, it was concluded that the ratio of short-term debt in total debt and the ratio of cash equivalents in average expenditures had a positive effect on the corporate social responsibility success, while the current ratio had a negative effect.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Managerial Opportunity

Giriş

Kurumsal sosyal sorumluluk, bir örgütün paydaşlarına karşı sorumlu ve etik davranıp, buna uygun faaliyetlerde bulunması olarak tanımlanabilir. Örgütler için son zamanlarda sadece ekonomik faaliyetler değil, bununla beraber sosyal sorumluluk faaliyetleri de başarı kriteri olarak değerlendirilmektedir. Sosyal sorumluluk anlayışla işletmeler uzun vadede çevre uyumunu daha iyi sağlayacakları için başarıda yanında gelecektir (Aktan, Börü; 2007). Firmaların yaşamlarını sürdürmelerini sağlayan kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin finansmanının önemi daha da artmaktadır. Firmalar kurumsal sosyal sorumluluk projelerine kaynak oluştururken kendi finansal durumunu zora sokmama konusunda bilinçli hareket etmek zorundadırlar.

1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Modern yönetim anlayışında üzerinde sıkça durulan ve tartışma yaratan konulardan birisi haline gelen kurumsal sosyal sorumluluk, tartışmanın bir yanına günümüzde güçlü konuma gelen işletmelerin daha eşitlikçi bir anlayışla yönetimini koyarken, öteki yanına da toplumun karşılaştığı sorunların temel kaynağı olarak işletmeleri görmesini koymaktadır Budak, 2015: 1).

İnsanlık geçmişten bu güne ev tipi imalattan fabrikasyon ve kitle tipi üretime yön değiştirmiş, özellikle “Sanayi Devrimi” ile hem ölçek hem de içerik değiştirmiştir. Bu zaman diliminde, feodal sistemlerden tarım işletmelerine, tarım ötesi sanayi işletmelerinden günümüz bilgi ve hizmet odaklı işletmelere geçilmiş diğer taraftan da rekabet yerel ölçekten küresel boyutlara taşınmıştır. Tüm bunlara paralel olarak da işletme sorumlulukları da farklı boyutlarıyla tartışma konusu olmuştur ve olmaya da devam edecektir (Torlak vd.,2012:13).

İşletmenin yürüttüğü işlemlerden ister doğrudan ister dolaylı olarak yani herhangi bir şekilde etkilenen çıkar unsurları, doğaya ve insan hayatına zarar verici faaliyetlerini sınırlandırıcı yönde baskı kuran ve güçlü talepleri ile göz ardı edilemeyecek bir güç unsuru olarak ortaya çıkmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluğun bu güç unsurları arasında denge kurulması veya ikna sürecine katkı sağlaması amacıyla geliştirildiği söylenebilmektedir (Kaya ve Yazan, 2017: 16).

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS): “Kurumlarca, çeşitli eylemlerinin sosyal paydaşlarına karşı oluşturduğu çevresel, ekonomik ve sosyal etkileri ölçmek; oluşan olumsuz etkileri azaltmak, toplumun ve kurumun aynı anda gelişmesine katkı sağlayabilecek işlemleri hayata geçirmek”, şeklinde tanımlanabilmektedir (Vural ve Bat, 2015: 105).

Bir başka tanıma göre de Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi kavramıyla ele alındığında ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağına karşılık gelen örgütlerin kendini gerçekleştirme aşamasıdır (Kağnıcıoğlu, 2007: 9).

Edwaard Freeman tarafından ortaya koyulan paydaş teorisi, sosyal sorumluluk kavramının temel referanslarından birisi olmuştur. Organizasyonel amaçların başarısını etkileyen veya başarısından etkilenen bir grup ya da kişi olarak ifade edilen paydaş teorisine göre; hissedarlar, çalışanlar, tedarikçiler, müşteriler, aynı çevreyi paylaştığı halk gibi farklı çıkar gruplarının tümü işletmenin paydaşlarını oluştururlar (Budak, 2015: 26).

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri paydaş yaklaşımı çerçevesinde göz önüne alındığında kurum içi ve kurum dışı paydaşlara karşı sorumluluklar olarak iki tip sorumluluk çatısı altında katagorize edilebilir. Kurum içi sosyal sorumluluğun aktörleri çalışanlar, müşteriler ve hissedarlardır. Kurum dışı sosyal sorumluluk aktörleri ise rakipler, tedarikçiler, toplum ve diğer dış çevre unsurlarından oluşmaktadır.

Paydaş gruplarının işletmeler üzerindeki etkisi kurumsal yönetimin temel ilkeleri olan şeffaflık ve hesap verebilirlik kavramlarının üzerinde önemle durulmasına yol açmıştır. Bu anlayışı içselleştirmiş işletme yönetimlerinden, finansal tabloların hazırlanması ve takdim edilmesinde hatasız, eksiksiz ve yansız tabloları oluşturması beklenmektedir. Öte yandan yöneticiler kamuoyu dikkatini işletmeleri ve kendileri lehine yönlere piyasadaki itibarını sürdürmek, finansal kaynaklara daha kolay ulaşmak, vergi kazanımı sağlamak, hisse senetlerinin piyasa değerini artırmak, yeni pazar ve girişim alanları elde etmek, karlılığı sürdürülebilir kılmak gibi sebeplerle muhasebe manipülasyonlarına başvurabilmektedir (Multford ve Comiskey, 2002: 61).

2. Finansal Performans

Performans kelime anlamı olarak TDK sözlüğünde başarıml anlamına gelmektedir (www.tdk.gov.tr). Daha açık bir şekilde ifade edilecek olursa; yapılması gereken belli bir işte gösterilen başarı derecesi şeklinde tanımlanmaktadır ya da başka bir ifadeyle ulaşılmak istenen hedefin varılan sonucunun nicel ya da nitel ifadesidir (Karaman,2009:413). İşletme performansı örgüt amaçlarının yerine getirilebilmesi için gösterilen tüm çabaların ölçülmesi olarak ifade edilebilir. İşletme performansı, belirli bir periyot sonucunda elde edilen neticeye göre işletmenin amacına ulaşabilme derecesidir (Altan ve Candoğan,2014:378).

İşletmeler, bugünün ekonomik şartlarında piyasada daha güçlü bir hale gelip, rakipleri ile pazar mücadelesi içerisine girebilmeleri için konjonktürel değişimlere ayak uydurabilmeleri ve bu değişimleri doğru yönetebilmeleri gerekmektedir.

Değişim sürecinin doğru yönetilebilmesi için örgütlerin güçlü ve zayıf yönlerini iyi analiz edebilmesi gerekmektedir. Bu da ancak performans ölçüsüyle mümkün olmaktadır (Ege ve Şener, 2013: 108).

Bir kurumun varlığını idame ettirebilmesi ve büyümesi, rakipleriyle mücadele yeteneğine, başka bir deyişle rekabet gücüne bağlıdır. Bir kurumun rekabet gücünün boyutu da o kurumun finansal performansının ölçümü ve analizini gerektirmektedir.

Finansal performans; kurumların kârlılık, yatırım amacıyla risk alabilme ve rekabet yeteneğinin birleşimi olarak ifade edilmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk kavramlarının içselleştirilmesi zaman almaktadır. Topluma katkı sağlamayan, toplumdaki azade olarak işletmelerin varlığını sürdürmesi düşünülemez. Karar süreçlerine tüm paydaşları katan işletmeler, karlılık ve verimlilik artışı sağlayarak stratejik planlarında başarılı olacaklardır. Çünkü günümüz karar vericileri finansal performans kadar sosyal performansa da kıymet vermektedirler.

İşletmeler finansal performanslarını en yüksek seviyeye çıkarabilmelerinin yolunun sosyal sorumluluk faaliyetlerinden ve paydaş beklentilerine cevap verebilmekten geçtiğinin farkındadırlar. Ancak bu yolla maliyetlerini düşürebilir, rekabet avantajı yaratabilir, kaynaklarını etkin kullanarak kurumsal itibarını yükseltebilirler.

Tablo 1: Finansal Performans Ölçümlenmesinde Kullanılan Bazı Oranların Tablosu

PERFORMANS TÜRÜ	FİNANSAL ORANLAR
Likidite Performansı	Cari Oran
	Asit-Test Oranı (Likidite Oranı)
	Hazır Değerler Oranı (Nakit Oran)
Sermaye Yapısı Performansı	Borçların Aktif Toplamına Oranı (Kaldıraç Oranı)
	Öz Kaynakların Toplam Yabancı Kaynaklara Oranı
	Öz Kaynakların Aktif Toplamına Oranı
Faaliyet Performansı	Stok Devir Hızı Oranı
	Alacak Devir Hızı Oranı
	Net İşletme Sermayesi Devir Hızı Oranı
Karlılık Performansı	Öz Sermaye Karlılığı
	Aktif Karlılığı
	Brüt Kar Marjı
	Faaliyet Kar Marjı
	Net Kar Marjı
Piyasa Değeri Performansı	Fiyat / Kazanç Oranı
	Piyasa Değeri / Defter Değeri Oranı

2.1. Likidite Performansı

Likidite oranları bir işletmenin kısa vadeli borçlarını ne ölçüde ödeyebileceğini ölçmek başka bir deyişle işletme sermayesinin yeterliliği hakkında bilgi sahibi olabilmek için kullanılan oranlardır (Acar, 2003:27). Likidite performansı hakkında bilgi sahibi olabilmek için baktığımız oranlar cari oran, asit-test oranı ve nakit orandır.

Cari Oran: Cari oran dönen varlıklar ile kısa vadeli yabancı kaynaklar arasındaki korelasyonu açıklayan bir orandır ve şu şekilde ifade edilmektedir (Karaca ve Kanişlı, 2015,29):

$$\text{Cari Oran} = \text{Dönen Varlıklar} / \text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}$$

Asit – Test Oranı: Bu oran cari oranı tamamlayıcı ve ona daha fazla anlam yüklenmesine vesile olan bir orandır. Şu şekilde formüle edilmektedir (Ceylan ve Korkmaz, 2015, 52):

$$\text{Asit – Test Oranı} = \text{Dönen Varlıklar} - \text{Stoklar} / \text{Kısa Vadeli Borçlar}$$

Nakit Oran: İşletmenin stoklarını çeviremediği hem de alacaklarının dönmediği varsayımı altında, yani satışların durduğu ve olası gelirlerden mahrum olunması durumunda kısa vadeli borçlarını ödeyebilme kapasitesine bakmaktadır. Bu oranın standart değeri 0,2 olarak ifade edilmektedir. Oransal olarak şöyle gösterilmektedir (Gençyürek, 2014:59-60).

$$\text{Nakit Oran} = \text{Hazır Değerler} + \text{Menkul Kıymetler} / \text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}$$

2.2. Sermaye Yapısı Performansı

İşletmelerin sermaye yapısı hakkında bilgi verici oranlardır. Yani öz sermaye ve borçlar ile bunlar arasındaki ilişkiyi ele alır. Sermaye yapısına bakıldığında bir işletmenin öz sermayesinin yeterlilik durumunu, kaynak yapısı içinde borç ve öz sermaye dengesi ile bu öz sermaye dengesinin yarattığı fonları nereye bağladığının ölçülmesinde kullanılır (Karaca ve Kanişlı, 2015:31).

Kaldıraç Oranı: Varlıkların oransal olarak ne kadarının yabancı kaynaklarla finansmanının sağlandığını gösterir. Bu oranın yüksekliği işletme finansmanında riskin yüksek olduğunu işaret eder. Ancak bu bazen bir finansal yönetici tutumu görülür ve kaldıraç etkisinden faydalanabilmek amacıyla tercih edilen bir yöntem olarak kullanılarak işletmenin karlılığı artırılmak istenebilir Oransal olarak şu şekilde gösterilebilir (Karadeniz ve İskenderoğlu, 2011: 69-70):

$$\text{Kaldıraç Oranı} = \text{Yabancı Kaynaklar} / \text{Pasif (Aktif) Toplamı}$$

Öz Kaynakların Toplam Yabancı Kaynaklara Oranı: Bu oran öz kaynakların toplam yabancı kaynaklara bölünmesi ile elde edilir. İşletmelerin finansal bağımsızlığını gösterir. Bu oranın en az 1 olması istenir. Eğer bu oran yüksek ise, işletmeyi alacaklı pozisyonda bulunan insanların baskısından kurtarır.

$$\text{Öz Kaynakların Toplam Yabancı Kaynaklara Oranı} = \text{Öz Kaynaklar} / \text{Toplam Yabancı Kaynaklar}$$

Öz Kaynakların Aktif Toplamına Oranı: Öz kaynakların aktif toplamına oranı, varlıkların ne kadarının işletme sahipleri ve ortakları tarafından getirildiğini gösterir. Bu oran işletmelerin uzun vadeli borç ödeme gücünü belirler. Ne kadar yüksek ise, işletmenin borçlarını ödemedede sıkıntı yaşamayacağı ifade edilir (Karaca ve Kanişlı, 2015: 32).

$$\text{Öz Kaynakların Toplam Aktif Toplamına Oranı} = \text{Öz Kaynaklar} / \text{Yabancı Kaynaklar} + \text{Öz Kaynaklar}$$

2.3. Faaliyet Performansı

Faaliyet performansı, işletmenin elinde bulunan değerlerin ve faaliyetlerini gerçekleştirmede kullandıkları ekonomik varlıklarını verimlilik esasına uygun olarak kullanıp kullanmadığının ölçümünde kullanılır. Diğer oranların yorumuna katkı sağlar (Aydoğdu, 2010: 71).

Stok Devir Hızı Oranı: Stok devir oranının yüksek olması, stokların kolaylıkla paraya çevrilebildiğini ve kara olan katkısının yüksek olduğunu gösterir (Özer, 2012: 188).

$$\text{Stok Devir Hızı} = \text{Satılan Malın Maliyeti} / \text{Stoklar}$$

Alacak Devir Hızı Oranı: Alacaklar, işletmelerin müşterilerini finanse ettiği değerdir. İşletme etkinliğinin artmasıyla alacak devir oranının anlamlı bir ilişkisi vardır. Vadeli satışların artmasıyla, işletmelerin faaliyet hacminin artacağı kabul edilir (Karaca ve Kanişlı,2015: 33).

$$\text{Alacak Devir Hızı Oranı} = \text{Kredili Satışlar} / \text{Ticari Alacaklar}$$

Net İşletme Sermayesi Devir Hızı Oranı: Satışların artması onu finanse edecek dönen varlığa olan ihtiyacı artırmaktadır. Bu oran;

$$\text{Net İşletme Sermayesi Devir Hızı Oranı} = \text{Net satışlar} / \text{İşletme Sermayesi}$$

2.4. Karlılık Performansı

İşletmelerin faaliyetleri sonucunda elde ettikleri kazanç tatmin edici midir? İşletme yeterince kar elde etti mi? Finansal tablolar tek başlarına bu soruların yanıtını veremezler. Bir işletmenin karının yeterli olup olmadığını belirleyebilmek için şu etkenlerin de göz önünde tutulması gerekir (Karaca ve Kanişlı: 2015: 35):

- Sermayenin alternatif maliyetinin sağlayacağı gelir,
- Ekonominin genel şartları,
- Aynı sektörde benzer işletmelerin kar oranları,
- Geçmiş karların gösterdiği eğilim,
- Planlanan kar hedefleri

Öz Sermaye Karlılığı: Öz sermaye devir hızı, bir işletmenin öz sermayesini etkili kullanma derecesini gösterir.

$$\text{Öz Sermaye Devir Hızı} = \text{Net Satışlar} / \text{Öz Sermaye}$$

Aktif Karlılığı = Varlıkların verimli kullanılıp kullanılmadığını gösterir

$$\text{Aktif Karlılığı} = \text{Net Kar} / \text{Varlık Toplamı}$$

Brüt Kar Marjı: Bir dönem süresince işletmenin satışlardan elde ettiği karı gösterir.

$$\text{Brüt Kar Marjı} = \text{Brüt kar} / \text{Net Varlık Toplamı}$$

Faaliyet Kâr Marjı: Faaliyet kâr marjı ana faaliyetlerinin sonucunda elde ettiği kârı gösterir. Diğer kârlılık oranları ile kıyaslama yapılarak kullanılan sermayenin etkin ve verimli olması konusunda bilgi verir. Bu oran (Karaca ve Kanişlı,2015: 36):

$$\text{Faaliyet Kâr Marjı} = \text{Faaliyet Kârı} / \text{Net Satışlar}$$

Net Kâr Marjı: Her satıştan ne kadar kâr elde edildiği ve işletmelerin net verimliliği konusunda bilgi verir. Bu oran şu şekilde gösterilir (Özgülbaş, 2009:212):

$$\text{Net Kâr Marjı} = \text{Net Kâr} / \text{Net Satışlar}$$

2.5. Piyasa Değeri Performansı

Söz edilen diğer dört gruptaki oranlar, işletmenin ana mali tablolarından elde edilen bilgilerden türetilmiştir. Bir işletmenin performansını değerlendirirken muhasebe çıktıları ile piyasaya dönük verilerin birleştirilmesi yarar sağlayacaktır. Bir işletmenin finansal temelli tabloları ile piyasa odaklı oranları arasında bir paralellik vardır (Aydın, 2012: 101).

Fiyat Kazanç Oranı: Bu oran işletmenin her bir liralık hisse başına net kazancı karşılığında, yatırımcıların hisse başına ödemeye razı olduğunu gösteren bir orandır. Şu şekilde hesap edilir:

$$\text{Fiyat Kazanç Oranı} = \text{Hisse Başına Piyasa Fiyatı} / \text{Hisse Başı Kazanç}$$

Piyasa Değeri- Defter Değeri: Genellikle bir işletmenin verimi arttıkça bu oranda artar (Aydın, 2012: 102).

Piyasa Değeri – Defter Değeri oranı = Hisse Başı Piyasa Değeri / Hisse Başı Defter Değeri şeklinde bulunur.

3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Başarısı

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının önem kazanmasına paralel olarak, KSS ile işletme performansı arasındaki korelasyon hem stratejik yönetim hem de finansman sahasında çalışanlar açısından ilgi çeken bir araştırma konusu olmuştur. Kurumsal sosyal sorumluluğu işletme performansı boyutuyla araştırmak üzere özellikle son 30 yılda birçok çalışma yapılmıştır. Bununla ilgili literatür incelendiğinde ilk çalışmaların Bragdon ve Marlin (1972) ve Moskowitz (1972) tarafından yapıldığı görülmektedir. Söz edilen çalışmaların ardından sosyal sorumluluk kavramına olan ilgi artmış ve bu alanda çok sayıda ampirik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların büyük kısmı bu iki değişken arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirtse de bilimsel olarak henüz tam bir uzlaşa sağlanamamıştır (Alparslan ve Aygün,2013: 436).

Capital dergisinin GfK ile birlikte yapmış olduğu çalışmaya göre, kurumsal sosyal sorumluluk konusunda lider işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını uzun vadeli bir iş stratejisi olarak düşünüyorlar.

Yaptıkları projeleri ölçümleme yoluna giderek stratejik iş planlarının bir parçası haline getiriyorlar ve bu alanda ortaya çıkan yeni kuralları takip ediyorlar. Bu kurallar, kurumsal sosyal sorumluluk başarısını etkileyen faktörlerdir. Bunlar (www.capital.com.tr):

- Sosyal girişimcilik,
- Stratejik bakış açısı,
- Sürdürülebilirlik,
- Hedefe yönelik olarak proje odaklılık,
- Lider tarafından sahiplenilme,
- Tüm işletme tarafından sahiplenilmesi fakat özel bir birim tarafından yönetilmesi,
- Etkin bir sosyal medya kullanımı,
- Gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk projesinin işe etkisinin ölçülmesi olarak ifade edilebilir.

4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Finansal Performans İlişkisi

İşletmelerin finansal ve sosyal performans etkileşimi incelendiğinde iki farklı husus ortaya çıkmaktadır. Bu hususların ilki ilişkinin yönüyle ilgilidir. Yani, finansal performans ve sosyal performans arasında bir ilişki var mı yok mu yoksa hiçbir ilişkisi olup olmadığına yöneliktir. İkinci husus ise, bu ilişkinin nedenselliği ile ilgilidir. Yani sosyal performans mı finansal performans etkiler yoksa sosyal performans mı finansal performans etkiler sorusuna yanıt aramakla ilgilidir. Bu iki husus altı olası nedensel ve yönsel varsayımı ortaya çıkarmaktadır. Bu aşağıdaki tabloda daha detaylı olarak gösterilmektedir (Başar, 2014: 61).

Tablo 2: Sosyal Performans ve Finansal Performans Etkileşimi

ETKİ	POZİTİF	NEGATİF
Sosyal Performans Finansal Performansı Etkiler	Sosyal Etki Hipotezi	Dengeleme Hipotezi
Finansal Performans Sosyal Performansı Etkiler	Uygun Fonlar Hipotezi	Yönetmel Fırsatçılık Hipotezi
Sosyal Performans ve Finansal Performans Eş EtkinlikteDir	Pozitif Sinerji Hipotezi	Negatif Sinerji Hipotezi

Kaynak: Başar, 2014: 61.

Sosyal Etki Hipotezi: Bu hipoteze göre işletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin artması, finansal performansını artırır. Bir işletme paydaşlarının ihtiyaçlarını karşıladığı oranda arzuladığı finansal performansa ulaşacaktır görüşünü savunur (Fettahoğlu, 2013: 517).

Dengeleme Hipotezi: Dengeleme hipotezine göre, sosyal sorumluluk faaliyetleri işletmelerden sermaye ve benzeri kaynakların çekilmesine neden olur. Böylelikle daha az sosyal sorumluluk faaliyetinde bulunan işletmeler daha avantajlı bir konumda olacaklardır. Sonuç olarak, rakiplerle kıyaslandığında sosyal performansı yüksek olan işletmelerin finansal performansı düşecektir (Başar, 2014: 61).

Uygun Fonlar Hipotezi: Bu hipotez, sosyal ve finansal performans arasında pozitif ilişki olduğu görüşünü savunur. Fakat bu ilişki yönü itibari ile finansal performanstan sosyal performansa doğru ve geçici niteliktedir. İşletmelerin iyi bir kurumsal vatandaş olabilmelerinin yolu elindeki mevcut kaynaklara bağlıdır. Yani bir işletmenin kârlılığı artarsa, sosyal performansı da artacaktır (Başar, 2014: 61).

Yönetmel Fırsatçılık Hipotezi: İşletme yöneticilerinin, hissedarlar ve diğer paydaşların çıkarlarını zedeleyici yönde kendi kişisel amaçları doğrultusunda hareket edebildikleri görülmektedir. Bu yaklaşıma göre, finansal performansın yüksek olduğu dönemlerde kişisel çıkarları doğrultusunda yöneticilerin sosyal faaliyetleri azaltacağı, finansal performansın zayıf olduğu zamanlarda da yönetimin sosyal faaliyetleri artırıcı yönde davranışta bulunacağı varsayımını savunur.

Pozitif ya da negatif Sinerjiler Hipotezi: Bu hipoteze göre sosyal ve finansal performans sinerjiktir. Yani birbirlerinden etkilenirler.

5. Metodoloji

5.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk kavramlarının içselleştirilmesi zaman almaktadır. Toplumla katkı sağlamayan, toplumdaki azade olarak işletmelerin varlığını sürdürmesi

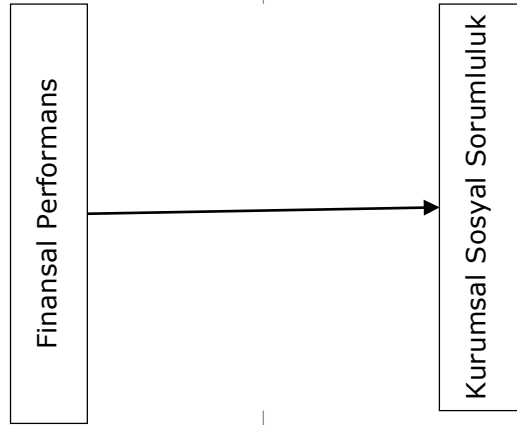
düşünülemez. Karar süreçlerine tüm paydaşları katan işletmeler, karlılık ve verimlilik artışı sağlayarak stratejik planlarında başarılı olacaklardır. Çünkü günümüz karar vericileri finansal performans kadar sosyal performansa da kıymet vermektedirler. İşletmeler finansal performanslarını en yüksek seviyeye çıkarabilmelerinin yolunun sosyal sorumluluk faaliyetlerinden ve paydaş beklentilerine cevap verebilmekten geçtiğinin farkındadırlar. Ancak bu yolla maliyetlerini düşürebilir, rekabet avantajı yaratabilir, kaynaklarını etkin kullanarak kurumsal itibarını yükseltebilirler. Firmaların sosyal sorumluluk faaliyetlerini sürdürebilmeleri için finansal kaynak sağlamaları gerekmektedir. Firmaların finansal performans göstergelerinin KSS'yi etkileme düzeyini ortaya koymak amaçlanmıştır. Uygun Fonlar Hipotezi: Bu hipoteze göre sosyal ve finansal performans pozitif ilişkilidir. Fakat finansal performanstan sosyal performansa doğru geçici ilişki bulunmaktadır. İşletmeler iyi bir kurumsal vatandaş olabilmeye ilişkin kuralları uygulamak isteseler bile mevcut faaliyetleri elindeki kaynaklara bağlı olarak değişebilir. Bu durumda belirli bir zaman diliminde işletme karlılığı işletmenin sosyal performans projelerini artıracaktır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda, literatüre dayalı olarak aşağıdaki araştırma sorularına cevaplar aranmaya çalışılmıştır:

H1= Finansal performansın kurumsal sosyal sorumluluk başarısı üzerinde etkisi vardır.

Araştırma hipotezleri tanımlayıcı istatistiksel analizlerden yüzde, frekans, ortalama ve regresyon analizi ile değerlendirilmeye çalışılacaktır.

Şekil 1: Çalışmanın Modeli



5.2. Araştırmanın Kısıtları

Kurumsal sosyal sorumluluk üzerinde finansal performansın etkisinin incelendiği bu araştırma bir kısıta sahiptir. Bu çalışmaya Capital Dergisi Kurumsal Sosyal Sorumluluk Araştırmasına dahil olan işletmeler dahil olmuştur.

5.3. Örneklem ve Verilerin Toplanması

Çalışmaya Capital Dergisinin 2015 – 2016 Kurumsal Sosyal Sorumluluk araştırmasına dahil olan Koç Holding, Sabancı Holding, Doğan Holding, Anadolu Grubu, Eczacıbaşı, Ülker, Hürriyet, Arçelik, Borusan, Turkcell, Boyner firmaları dahil edilmiştir. KSS üzerinde finansal performansın etkisini belirlemek için KSS'nin bağımlı cari oran, KVB/Toplamborç, Toplamborç/Toplamaktif, Nakitbenzeri/Ort.nakitgider rasyolarının bağımsız değişken olduğu regresyon modeli kurulmuştur.

5.4. Araştırma Bulguları

Girişimcilik eğiliminin eğitime göre farklılığını araştırmayı amaç edinen tanımlayıcı araştırma modelindeki bu çalışmada veriler iki şekilde incelenmektedir. Öncelikle katılımcıların özelliklerinin belirlenmesi amacıyla frekans analizleri gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada ise, güvenilirlikleri belirlenen ölçekler ile fark analizi yapılmıştır. Gerçekleştirilen analizlere ilişkin bulgular aşağıda gösterilmektedir.

Tablo 3: Değişkenler İçin Regresyon Anlamlılık Düzeyi Sonuçları

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	18,714	4	4,678	3,786	,008 ^b
	Residual	75,385	61	1,236		
	Total	94,099	65			
a. Dependent Variable: KSS						
b. Predictors: (Constant), Nakitbenzeri/Ortalamagider, KVB/Toplamborç, Toplamborç/Toplamaktif, Cari Oran						
R=0,45 R2=0,2						

Kurulan regresyon modeline göre bağımsız değişken olan rasyolar KSS başarısının %20'sini açıklamaktadır. Kurulan regresyon modeli % 95 geçerlilik düzeyinde (sig=0,008 < 0,05) anlamlıdır.

Tablo 4: Değişkenler İçin Regresyon Analizi Sonuçları

Regresyon Modeli						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0,988	0,689		1,435	0,05
	Cari Oran	-0,47	0,27	-0,267	-1,75	0,09
	KVB/Toplamborç	1,507	0,813	0,24	1,854	0,05
	Toplamborç/Toplamaktif	-1,037	0,715	-0,182	-1,45	0,15
	Nakitbenzeri/Ortalamagider	0,423	0,149	0,416	2,834	0,01
a. Bağımlı Değişken: KSS						

KSS Başarısı = 0,988 - 0,47Carioran + 1,507 KVB/Toplamborç + 0,423Nakitbenzeri/Ortalamagider olarak bulgulanmıştır.

Sonuç

Yönetmel Fırsatçılık Hipotezi: İşletme yöneticilerinin paydaşların ve ortakların aleyhine olabilecek şekilde kendi özel amaçlarının peşinde koşabildikleri görülmektedir. Dolayısıyla yönetimin işletme ile ilgili olarak alacakları kararlarda kendi özel amaçlarına öncelik vermeleri söz konusu olabilir. Finansal performansın güçlü olduğu zamanlarda yönetim kendi özel kısa vadeli amaçlarını arttırmak için sosyal harcamaları azaltarak kazanç sağlama yoluna gitmektedirler. Buna karşın finansal performansın zayıf olduğu zamanlarda ise yönetim bu durumu telafi etmek için dikkat çekilen sosyal programlara girişmektedir (Başar 2014: 61) Kurumsal Sosyal Sorumluluk başarısı üzerinde toplam borç içerisinde kısa vadeli borçların oranı ve ortalama giderler içerisinde nakit benzerinin olumlu etkisi varken cari oranın negatif etkisi vardır. Cari oran dönen varlıklar ile kısa vadeli yabancı kaynaklar arasındaki korelasyonu açıklayan bir orandır ve şu şekilde ifade edilmektedir (Karaca ve Kanışlı, 2015,29): Cari Oran = Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar. Kurumsal Sosyal Sorumluluk projeleri firmalar tarafından dönen varlıklar tarafından finanse edildiği için, kısa vadeli borçlar artıktıkça firmalar sorumluluk projelerini azaltma eğilimine gideceklerdir. Firmaların toplam borç içindeki kısa vadeli borç oranını azalttıkça ve nakit miktarını arttırdıkça kurumsal sosyal sorumluluk yatırımları artacak böylelikle firmaların kurumsal sosyal başarısı ve bilinirliği artacaktır.

Kaynakça

- Acar, M. (2003). Tarımsal İşletmelerde Finansal Performans Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20, 21-37.
- Aktan, C. . (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. C. C. Aktan içinde, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmelerde ve Sorumluluk*. İstanbul: İGİAD Yayınları.
- Alparslan, A., Aygün, M. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 435 – 448.
- Altan, M., & Candanoğlu, M. A. (2014). Bankaların Finansal Performanslarının Değerlendirilmesinde Gri İlişki Analizi: Katılım BaKarşılaştırmalı Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27, 374 - 396.

- Aydın, N. (2012). Finansal Yönetim 1, 1. Baskı. G. ŞENOL, & M. BAŞAR içinde, *Finansal Analiz*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aydoğdu, S. (2010). Altı Sigmayı Kullanan Bir İşletmenin Mali Tablolar Analizi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 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. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21(2), 59 - 72.
- Budak, S. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Örgüt – Çevre Uyumuna Katkıları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Capital. (2017). <https://www.capital.com.tr/>. 09 21, 2017 tarihinde Capital: <https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/arastirmalar/yeni-nesil-kss-donemi> adresinden alındı
- Ceylan, A., Korkmaz, T. (2015). *İşletmelerde Finansal Yönetim Gözden Geçirilmiş 14. Basım, 14. Baskı*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Ege, İ., Zeynep, Ş. (2013). Performans Ölçümünde Kullanılan Yöntemler: Performans Paneli ve Kumanda Paneli Karşılaştırılması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 57, 107 - 120.
- Fettahoğlu, S. (2013). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk İle Finansal Performans Arasındaki İlişki: İMKB'ye Yönelik Bir Uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 515 - 524.
- Gençyürek, A. G. (2014). Gelişmekte Olan Ülkelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans İlişkisi: Türkiye Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kağnıoğlu, D. (2007). *Endüstri İlişkileri Boyutuyla Sosyal Sorumluluk*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Karaca, S., Kanişlı, E. (2015). *Finansal Yönetim Çözümlü Örneklerle Meslek Yüksekokulları Müfredatlarına da Uygun, 1. Baskı*. Tokat: Fakülte Yayınevi.
- Karadeniz, E., İskenderoğlu, Ö. (2014). İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Aktif Karlılığını Etkileyen Değişkenlerin Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 65 - 75 .
- Karaman, R. (2009). İşletmelerde Performans Ölçümünün Önemi ve Modern Bir Performans Ölçme Aracı Olarak Balanced Scorecard. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16, 410 - 427.
- Kaya, U., YazaN, Ö. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk - Kazanç Yönetimi ve Finansal Performans İlişkisi . *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 51, 15 - 40.
- Kurumu, T. D. (tarih yok). <http://www.tdk.gov.tr>. 09 21, 2017 tarihinde Türk Dil Kurumu: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59c363cb56b4d0.07374825 adresinden alındı
- Multford, C. W., Comiskey, E. E. (2002). *The Financial Numbers Game, Detecting Creative Accounting Practices*. New York, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Özer, Ö. (2012). Mali Tablolar Analizi: Bir Hastane Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6, 183-199.
- Özgülbaş, N. (2009). Sağlık Kurumlarında Finansal Yönetim. *Anadolu Üniversitesi Yayını No:1900*, 203-219.
- Torlak, Ö. (2012). Sorumluluk Kavramları ve İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları . Ö. TORLAK, & F. DALYAN içinde, *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik*. Eskişehir.: T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2605.
- Vural, Z., Bat, M. (2015). *Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim 2. Baskı*, . İstanbul: İletişim Yayınları.