

**T.C.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN FİNANSAL PERFORMANS
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ENTELEKTÜEL SERMAYE İLE REKABET
AVANTAJININ ARACILIK ROLÜ**

DOKTORA TEZİ

YASİN KILIÇLI

VAN - 2021

**T.C.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN FİNANSAL PERFORMANS
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ENTELEKTÜEL SERMAYE İLE REKABET
AVANTAJININ ARACILIK ROLÜ**

DOKTORA TEZİ

**HAZIRLAYAN
YASİN KILIÇLI**

**DANIŞMAN
PROF. DR. MEHMET AYGÜN**

VAN - 2021

KABUL ve ONAY

Yasin KILIÇLI tarafından hazırlanan “Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Finansal Performans Üzerindeki Etkisi: Entelektüel Sermaye ile Rekabet Avantajının Aracılık Rolü” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / ~~OY ÇOKLUĞU~~ ile Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İşletme Anabilim Dalında DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.		
Danışman: Prof. Dr. Mehmet AYGÜN İşletme Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~		
Başkan: Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER İşletme Anabilim Dalı, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~		
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Ertuğrul ÇAVDAR İşletme Anabilim Dalı, Kastamonu Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~		
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Hakan KARAASLAN Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~		
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY İşletme Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~		
Tez Savunma Tarihi:	03/11/2021	
Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Doktora Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum. Prof. Dr. Bekir KOÇLAR Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü		

ETİK BEYAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü **Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;**

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. (11/10/2021)

Yasin KILIÇLI

Doktora Tezi

Yasin KILIÇLI

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KASIM 2021

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN FİNANSAL PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ENTELEKTÜEL SERMAYE İLE REKABET AVANTAJININ ARACILIK ROLÜ

ÖZET

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, zorunlu eylemlerin ötesine geçen gönüllülük taahhüt eden uygulamalar ve faaliyetlerdir. İşletmelerin uyguladıkları bu faaliyetler topluma, çevreye, tedarikçilere, müşterilere, çalışanlara ve diğer iç ve dış paydaşlara yönelik sorumluluklardır. İşletmelerin sosyal sorumluluk uygulamalarına önem vermesi toplumda olumlu bir algı yaratarak işletmelere kurumsal imaj bağlamında güçlü bir konum elde etmelerine olanak sağlamaktadır. Buradan hareketle, işletmelerin sosyal sorumluluk odaklı davranışlarda bulunması, işletmelerin ticari eylemlerine yansımakta ve bunun sonucunda finansal performansı doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Aynı zamanda, bilgi, patent, lisans, işletme hakkı, işletme unvanı, marka, telif hakkı ve iş süreçleri gibi maddi olmayan varlıklar çok sayıda işletme için değer yaratan entelektüel sermaye varlıklarıdır. Kuruluşların uzun vadede başarı sağlamaları, faaliyetlerine devam etmesi ve hayatta kalmaları için maddi olmayan varlıklarında iyi ölçülmesi ve yönetilmesi gerekir. Buradan hareketle kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile entelektüel sermayenin, sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlamada işletmeler için hayati bir öneme sahiptir. Dolayısıyla küresel iş dünyasında kuruluşların uyguladıkları sosyal sorumluluk faaliyetleri ile sahip oldukları entelektüel sermaye varlıkları kuruluşlara rekabet avantajı

sağlamasının yanı sıra onların finansal olarak ta güçlü kalmasını sağlayan önemli unsurlardır.

Bu çalışmanın amacı, kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerindeki etkisini incelemektir. Ayrıca entelektüel sermaye ile rekabet avantajının, kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasında aracılık rolünün bulunup bulunmadığını ortaya çıkarmaktır. Bu çalışma İstanbul Sanayi Odasına bağlı 220 işletme üzerinde yapılmıştır. Çalışma kapsamında değerlendirilen veriler, anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 23 ve AMOS 24 istatistik paket programları kullanılmıştır. SPSS 23 programıyla betimsel istatistikler ve açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi yapılmıştır. AMOS 24 program yardımıyla doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesi ile geliştirilen hipotezler test edilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda, kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasında entelektüel sermaye ile rekabet avantajının aracılık etkisinin (rolünün) olmadığı çalışmada elde edilen diğer önemli bir sonuçtur.

Anahtar Kelimeler : Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Finansal Performans, Entelektüel Sermaye, Rekabet Avantajı, Yapısal Eşitlik Modellemesi.

Sayfa Sayısı : xiii + 294

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Mehmet AYGÜN

Ph. D. Thesis

Yasin KILIÇLI

VAN YUZUNCU YIL UNIVERSITY

INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

November 2021

**THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON
FINANCIAL PERFORMANCE: THE MEDIATING ROLE OF
INTELLECTUAL CAPITAL AND COMPETITIVE ADVANTAGE**

ABSTRACT

Corporate social responsibility practices are actions and activities that go beyond mandatory actions and promise volunteerism. These activities implemented by businesses are their responsibilities to society, environment, suppliers, customers, employees, and other internal and external stakeholders. The fact that businesses attach importance to social responsibility practices allows businesses to gain a strong position in the context of corporate image by creating a positive perception in society. From this point of view, the social responsibility-oriented behaviors of the businesses are reflected in their commercial actions and as a result, it directly or indirectly affects the financial performance. At the same time, intangible assets such as information, patents, licenses, operating rights, business titles, brands, copyright, and business processes are intellectual capital assets creating value for many businesses. Intangible assets must also be measured and managed effectively for organizations to be successful, continue their operations, and survive in the long term. Thus, corporate social responsibility activities and intellectual capital are crucial for businesses to provide a sustainable competitive advantage. Therefore, the social responsibility activities implemented by organizations in the global business world and their intellectual capital assets are essential factors that enable them to remain financially strong aside from providing them with a competitive advantage.

The aim of this study is to investigate the effect of corporate social responsibility on financial performance. This study also reveals whether there is an intermediary role of intellectual capital and competitive advantage between corporate social responsibility and financial performance. This study was conducted on 220 companies affiliated with the Istanbul Chamber of Industry. Data evaluated within the scope of the study were obtained using the survey method. SPSS 23 and AMOS 24 statistical package software were used in the analysis of the data. Descriptive statistics and exploratory factor analysis were performed using SPSS 23 software. Hypotheses developed by confirmatory factor analysis and structural equation modeling were tested by means of AMOS 24 software.

As a result of the analyses conducted, it is clear that corporate social responsibility has a positive and statistically significant effect on financial performance. Furthermore, another significant result of the study is that intellectual capital and competitive advantage have no intermediary effect (role) between corporate social responsibility and financial performance.

Key Words : Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Intellectual Capital, Competitive Advantage, Structural Equation Modeling.

Quantity of Page : xiii + 294

Supervisor : Prof. Dr. Mehmet AYGÜN

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	v
KISALTMALAR DİZİNİ	ix
TABLolar DİZİN	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
ÖNSÖZ	xiii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	5
1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK.....	5
1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Tanımı ve Kapsamı	6
1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Süreci.....	8
1.2.1. 1950'ler ve 1960'lar: Modern Sosyal Sorumluluk Çağının İlk Adımları.....	8
1.2.2. 1970'ler ve 1980'ler: Genişleyen KSS Tanımları	11
1.2.3. 1990'lar ve 2000'ler: KSS Alanında Daha Fazla Araştırma, Stratejik Çıkarımlar ve Küresel Genişlemeler.....	15
1.2.4. 2010 ve Sonrası: KSS ve Ortak Değer Yaratma.....	17
1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önemi	19
1.4. Carroll ve KSS Piramidi	22
1.5. KSS ile İlişkili Benzer Kavramlar	27
1.5.1. İş Etiği	29
1.5.2. Kurumsal Sosyal Performans (KSP)	30
1.5.3. Kurumsal Vatandaşlık	32
1.5.4. Kurumsal Sürdürülebilirlik.....	33
1.5.5. Paydaş Yönetimi.....	35
1.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri	36
1.6.1. Keith Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli	36
1.6.2. Prakash Sethi'nin Kurumsal Sosyal Performans Modeli	38
1.6.3. Archie B. Carroll'un Üç Boyutlu Sosyal Performans Modeli.....	39
1.6.4. Wartick ve Cochran'ın Kurumsal Sosyal Performans Modeli.....	41
1.6.5. Edwin M. Epstein'in Kurumsal Sosyal Politika Süreci.....	41
1.6.6. Donna J. Wood'un Kurumsal Sosyal Performans Modeli	42
1.6.7. William C. Frederick Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli	44
1.7. İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Alanları	46

1.7.1.	Kurum İçi Paydaşlara Karşı Sorumluluklar	48
1.7.1.1.	Hissedarlara Karşı Sorumluluklar	49
1.7.1.2.	Çalışanlara Karşı Sorumluluklar	50
1.7.2.	Kurum Dışı Paydaşlara Karşı Sorumluluklar	51
1.7.2.1.	Müşterilere Karşı Sorumluluklar	51
1.7.2.2.	Topluma Karşı Sorumluluklar	52
1.7.2.3.	Çevreye Karşı Sorumluluklar	53
1.7.2.4.	Devlete Karşı Sorumluluklar	53
1.7.2.5.	Rakiplere Karşı Sorumluluklar	54
1.7.2.6.	Tedarikçilere Karşı Sorumluluklar	55
İKİNCİ BÖLÜM		56
2.	ENTELEKTÜEL SERMAYE	56
2.1.	Bilgi ve Entelektüel Sermaye	56
2.2.	Entelektüel Sermaye Tanımı, Kapsamı ve Gelişimi	58
2.3.	Entelektüel Sermayenin Önemi	63
2.4.	Entelektüel Sermayenin Bileşenleri	65
2.4.1.	İnsan (Beşerî) Sermayesi	67
2.4.2.	Yapısal (Organizasyonel) Sermaye	71
2.4.3.	Müşteri (İlişkisel) Sermayesi	73
2.5.	Entelektüel Sermaye Ölçüm Yöntemleri	75
2.5.1.	Entelektüel Sermayenin İşletme Bazında Ölçülmesinde Kullanılan Yöntemler	76
2.5.1.1.	Piyasa Değeri – Defter Değeri Yöntemi	76
2.5.1.2.	Piyasa Değeri / Defter Değeri Yöntemi	77
2.5.1.3.	Tobin Q Oranı Yöntemi	78
2.5.1.4.	Hesaplanmış Maddi Olmayan Değer Yöntemi	79
2.5.2.	Entelektüel Sermayenin Unsur Bazında Ölçülmesinde Kullanılan Yöntemler	80
2.5.2.1.	Dengelenmiş Skor Kartı (Balanced Scorecard - BSC)	81
2.5.2.2.	Skandia Kılavuzu (Skandia's Navigator)	83
2.5.2.3.	Maddi Olmayan Varlıklar Monitörü (Intangible Assets Monitor – IAM) Yöntemi	85
2.5.2.4.	Entelektüel Katma Değer Katsayısı (Value Added Intellectual Capital - VAIC) Yöntemi	87
2.5.2.5.	İnsan Kaynakları Muhasebesi (Human Resource Accounting-HRA)	91
2.5.2.6.	Entelektüel Sermaye Endeksi (Intellectual Capital Index)	92

2.5.2.7. Teknoloji Brokeri (Technology Broker)	93
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	94
3. REKABET AVANTAJI	94
3.1. Rekabet Kavramı ve Tanımı	94
3.2. Rekabet Avantajı Kavramı ve Tanımı	96
3.3. Rekabet Avantajı ile İlgili Yaklaşımlar	101
3.3.1. Endüstri Temelli Yaklaşım	102
3.3.1.1. Michael E. Porter'ın Beş Güç Analizi	103
3.3.1.2. Michael E. Porter'ın Elmas Modeli	110
3.3.1.3. Michael E. Porter'ın Jenerik Stratejileri	114
3.3.2. Kaynak Temelli Yaklaşım	119
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	124
4. FİNANSAL PERFORMANS	124
4.1. Finansal Performans Kavramı ve Tanımı	124
4.2. Finansal Performansı Etkileyen Faktörler	126
4.2.1. İç Faktörler	126
4.2.2. Dış Faktörler	128
4.3. Finansal Performans Ölçüm Yöntemleri	130
4.3.1. Geleneksel (Muhasebe ve Piyasa Temelli) Finansal Performans Ölçüm Yöntemleri	132
4.3.2. Değere Dayalı Finansal Performans Ölçüm Yöntemleri	133
BEŞİNCİ BÖLÜM	138
5. LİTERATÜR TARAMASI	138
5.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) ve Finansal Performans (FP) Arasındaki İlişki	139
5.1.1. Dünya'da Yapılan Çalışmalar	140
5.1.2. Türkiye'de Yapılan Çalışmalar	143
5.2. Entelektüel Sermaye (ES) ve Finansal Performans (FP) Arasındaki İlişki	145
5.2.1. Dünya'da Yapılan Çalışmalar	145
5.2.2. Türkiye'de Yapılan Çalışmalar	149
5.3. Rekabet Avantajı (RA) ve Finansal Performans (FP) Arasındaki İlişki	152
5.3.1. Dünya'da Yapılan Çalışmalar	152
5.3.2. Türkiye'de Yapılan Çalışmalar	155
ALTINCI BÖLÜM	157

6.	KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN FİNANSAL PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ENTELEKTÜEL SERMAYE İLE REKABET AVANTAJININ ARACILIK ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	157
6.1.	Araştırmanın Amacı	157
6.2.	Araştırmanın Önemi	158
6.3.	Araştırmanın Sınırlılıkları ve Boşluğu	160
6.4.	Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	161
6.5.	Veri Toplama Aracı	163
6.6.	Veri Analiz Teknikleri.....	164
6.6.1.	Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM)	165
6.7.	Araştırmanın Güvenilirliği ve Geçerliliği.....	172
6.8.	Araştırma Modeli ve Hipotezler	177
6.9.	Araştırma Bulguları	179
6.9.1.	Demografik Özelliklere İlişkin Tanımlayıcı Bulgular.....	179
6.9.2.	Normallik Dağılımı Analizi.....	182
6.9.3.	Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA).....	185
6.9.3.1.	<i>Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları...</i>	188
6.9.3.2.	<i>Entelektüel Sermaye (ES) Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları</i>	192
6.9.3.3.	<i>Rekabet Avantajı (RA) Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları.....</i>	196
6.9.3.4.	<i>Finansal Performans (FP) Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları</i>	199
6.9.4.	Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)	201
6.9.4.1.	<i>Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Ölçeğine İlişkin DFA Sonuçları ..</i>	204
6.9.4.2.	<i>Entelektüel Sermaye (ES) Ölçeğine İlişkin DFA Sonuçları</i>	217
6.9.4.3.	<i>Rekabet Avantajı (RA) Ölçeğine İlişkin DFA Sonuçları</i>	230
6.9.4.4.	<i>Finansal Performans (FP) Ölçeğine İlişkin DFA Sonuçları.....</i>	233
6.9.5.	Yapısal Model Analizi ve Hipotezlerin Test Edilmesi	236
	TARTIŞMA.....	250
	SONUÇ VE ÖNERİLER.....	253
	KAYNAKÇA.....	259
	EKLER	293
	ÖZGEÇMİŞ	
	TEZ ORJİNALLİK RAPORU	

KISALTMALAR DİZİNİ

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

TÜRKÇE		İNGİLİZCE	
AB	Avrupa Birliği	EU	European Union
AR-GE	Araştırma Geliştirme	R & D	Research and Development
AGFI	Uyarlanmış Uyum İyiliği Endeksi	AGFI	Adjusted Goodness of Fit Index
AFA	Açıklayıcı Faktör Analizi	EFA	Explanatory Factor Analysis
AK	Aktif Karlılığı	ROA	Return Of Assets
BM	Birleşmiş Milletler	UN	United Nations
BSC	Dengelenmiş Skor Kartı	BSC	Balanced Scorecard
CFI	Karşılaştırmalı Uyum Endeksi	CFI	Comparative Fit Index
DFA	Doğrulayıcı Faktör Analizi	CFA	Confirmatory Factor Analysis
ES	Entelektüel Sermaye	IC	Intellectual Capital
EVA	Ekonomik Katma Değer	EVA	Economic Value Added
FP	Finansal Performans	FP	Financial Performance
GFI	Uyum İyiliği Endeksi	GFI	Goodness Of Fit Index
IFI	Artırmalı Uyum Endeksi	IFI	Incremental Fit Index
IAM	Maddi Olmayan Varlıklar Monitörü	IAM	Intangible Assets Monitor
KSP	Kurumsal Sosyal Performans	CSP	Corporate Social Performance
KSS	Kurumsal sosyal Sorumluluk	CSR	Corporate Social Responsibility
NFI	Normlandırılmış Uyum Endeksi	NFI	Normed Fit Index
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı	OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
ÖK	Özkaynak Kârlılığı	ROE	Return On Equity
RA	Rekabet Avantajı	CA	Competitive Advantage
RMSEA	Ortalama Hata Karakök Yaklaşımı	RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation
SRMR	Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü	SRMR	Standardized Root Mean Square Residual
VAIC	Entelektüel Katma Değer Katsayısı	VAIC	Value Added Intellectual Capital
YEM	Yapısal Eşitlik Modellemesi	SEM	Structural Equation Modeling
		AMOS	Analysis of Moment Structures

TABLolar DİZİN

Tablo	Sayfa
Tablo 2. 1. Entelektüel Sermaye Kavramı Bileşenlerine İlişkin Sınıflama.....	67
Tablo 2. 2. Hesaplanmış Maddi Olmayan Değer Yönteminin Aşamaları.....	79
Tablo 2. 3. Entelektüel Katma Değer Katsayısını (VAIC) Hesaplama.....	90
Tablo 3. 1. Rekabet Avantajı Oluşturan Kaynaklar	99
Tablo 3. 2. Rekabet Avantajı Kavramına İlişkin Tanımlamalar	100
Tablo 4. 1. Geleneksel Finansal Performans Ölçüm Yöntemleri.....	133
Tablo 5. 1. Dünya’da KSS ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar....	141
Tablo 5. 2. Türkiye’de KSS ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar .	144
Tablo 5. 3. Dünya’da ES ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar.....	147
Tablo 5. 4. Türkiye’de ES ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar	150
Tablo 5. 5. Dünya’da RA ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar.....	154
Tablo 6. 1. YEM’de Kullanılan Uyum İyiliği Endeksleri ve Değerleri	169
Tablo 6. 2. Cronbach Alfa Değerleri ve Güvenilirlik Düzeyleri	174
Tablo 6. 3. Araştırma Hipotezleri.....	179
Tablo 6. 4. İşletmelerin Faaliyette Bulundukları Sektörler	180
Tablo 6. 5. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler.....	181
Tablo 6. 6. Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) Değerleri	185
Tablo 6. 7. KSS Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testi Analizi	188
Tablo 6. 8. KSS Ölçeği AFA Sonuçları	188
Tablo 6. 9. ES Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testi Analizi.....	193
Tablo 6. 10. ES Ölçeği AFA Sonuçları	193
Tablo 6. 11. RA Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testi Analizi.....	197
Tablo 6. 12. RA Ölçeği AFA Sonuçları	197
Tablo 6. 13. FP Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testi Analizi	199
Tablo 6. 14. FP Ölçeği AFA Sonuçları	200
Tablo 6. 15. KSS Ölçeği Tek Faktörlü DFA Sonuçları.....	206
Tablo 6. 16. KSS Ölçeği Tek Faktörlü DFA Uyum İyiliği Değerleri	207
Tablo 6. 17. KSS Ölçeği Birinci Düzey DFA Sonuçları	210
Tablo 6. 18. KSS Ölçeği Birinci Düzey DFA Uyum İyiliği Değerleri	211
Tablo 6. 19. KSS Ölçeği İkinci Düzey DFA Sonuçları.....	214
Tablo 6. 20. KSS İkinci Düzey DFA Uyum İyiliği Değerleri.....	216
Tablo 6. 21. KSS Ölçeği DFA Ölçüm Modellerine İlişkin Uyum İyiliği Değerleri	217
Tablo 6. 22. ES Ölçeği Tek Faktörlü DFA Sonuçları	219
Tablo 6. 23. ES Ölçeği Tek Faktörlü DFA Uyum İyiliği Değerleri.....	220
Tablo 6. 24. ES Ölçeği Birinci Düzey DFA Sonuçları.....	223
Tablo 6. 25. ES Ölçeği Birinci Düzey DFA Uyum İyiliği Değerleri	224
Tablo 6. 26. ES Ölçeği İkinci Düzey DFA Sonuçları	227

Tablo 6. 27. ES Ölçeği İkinci Düzey DFA Uyum İyiliği Değerleri.....	228
Tablo 6. 28. ES Ölçeği DFA Ölçüm Modellerine İlişkin Uyum İyiliği Değerleri..	230
Tablo 6. 29. RA Ölçeği Tek Faktörlü DFA Sonuçları	231
Tablo 6. 30. RA Ölçeği Tek Faktörlü DFA Uyum İyiliği Değerleri.....	232
Tablo 6. 31. FP Ölçeği Tek Faktörlü DFA Sonuçları.....	234
Tablo 6. 32. FP Ölçeği Tek Faktörlü DFA Uyum İyiliği Değerleri.....	235
Tablo 6. 33. KSS'nin FP Üzerindeki Etkisi	243
Tablo 6. 34. Araştırma Modeline (YEM) ve Hipotezlere İlişkin Sonuçlar	246



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1. 1. Carroll KSS Piramidi	24
Şekil 2. 1. Balanced Scorecard-BSC (Dengelenmiş Skor Kartı)	82
Şekil 2. 2. Skandia Navigator (Skandia Kılavuzu)	84
Şekil 2. 3. Maddi Olmayan Varlıklar Monitörü (Intangible Assets Monitor)	86
Şekil 3. 1. Endüstri Rekabetini Şekillendiren Porter’ın Beş Güç Analizi	105
Şekil 3. 2. Michael E. Porter’ın Elmas Modeli	111
Şekil 3. 3. Michael E. Porter’ın Rekabetçi Jenerik Stratejileri Modeli	116
Şekil 6. 1. Araştırma Modeli	178
Şekil 6. 2. KSS Ölçeğine İlişkin Yamaç Birikinti (Scree Plot) Grafiği	192
Şekil 6. 3. ES Ölçeğine İlişkin Yamaç Birikinti (Scree Plot) Grafiği	196
Şekil 6. 4. RA Ölçeğine İlişkin Yamaç Birikinti (Scree Plot) Grafiği	198
Şekil 6. 5. FP Ölçeğine İlişkin Yamaç Birikinti (Scree Plot) Grafiği	201
Şekil 6. 6. KSS Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli	205
Şekil 6. 7. KSS Birinci Düzey DFA Ölçüm Modeli	209
Şekil 6. 8. KSS İkinci Düzey DFA Ölçüm Modeli	213
Şekil 6. 9. ES Ölçeği Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli	218
Şekil 6. 10. ES Ölçeği Birinci Düzey DFA Ölçüm Modeli	222
Şekil 6. 11. ES Ölçeği İkinci Düzey DFA Ölçüm Modeli	226
Şekil 6. 12. RA Ölçeği Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli	231
Şekil 6. 13. FP Ölçeği Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli	234
Şekil 6. 14. Basit Etki Modeli ve Aracı Etki Modeli	238
Şekil 6. 15. KSS’nin FP Üzerindeki Basit Etki Modeli	242
Şekil 6. 16. KSS’nin FP Üzerindeki Aracılı Etki Modeli	245

ÖNSÖZ

Kurumsal sosyal sorumluluk ve işletme değeri arasındaki ilişkinin incelenmesinde tüm yönetim teorilerinin ortak bir görüşü, kuruluşların finansal performanslarıdır. Örneğin, kaynak temelli görüş, işletme yöneticilerinin maddi olmayan kaynaklarını rekabet avantajı yaratmak için kullanmaları, işletmelerde karlılık artışına da neden olacağını belirtmişlerdir. Bu görüş doğrultusunda entelektüel sermayenin etkin ve verimli kullanılması beraberinde rekabet avantajı ve finansal performansı da sağladığını söylemek mümkündür. Benzer şekilde, kurumsal sosyal sorumluluk teorisi, kuruluşların sosyal performansı ve paydaş yönetimini firmanın finansal performansını artırmak için bir strateji olarak nasıl kullanabileceğini açıklamıştır. Diğer yandan, revizyonist görüş olarak da bilinen paydaş teorisi, kurumsal sosyal sorumluluğun firmanın işlem maliyetlerini düşürdüğünü ve bunun sonucunda karlılığı artırdığını ima etmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda kurumsal sosyal sorumluluk ve firma değeri arasındaki ilişkinin incelenmesinde kullanılan çoğu yönetim teorisindeki anlayışın merkez noktası, finansal performans olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışma, söz konusu yönetim anlayışları doğrultusunda, İstanbul Sanayi Odasına bağlı işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasında nasıl bir ilişkinin olduğunu ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Ayrıca finansal performans üzerinde önemli bir rekabet aracı görülen entelektüel sermaye ile rekabet avantajının kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasında aracı bir etkisinin olup olmadığı bu çalışmanın diğer bir odak noktasıdır.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında, en başta öğrencisi olma şansını elde ettiğim, süreç boyunca desteğini ve yardımını esirgemeyen, bilgi ve deneyimlerinden sürekli istifade ettiğim danışman hocam Prof. Dr. Mehmet AYGÜN'e teşekkür ederim. Ayrıca bu çalışmayı yazarken, süreç boyunca her zaman yanımda olan ve manevi desteğini hiçbir zaman eksik etmeyen biricik aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

GİRİŞ

Son yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ve entelektüel sermaye (ES) gibi iki önemli yönetim stratejisi kuruluşların girişimlerini önemli ölçüde şekillendirmiştir. Kuruluşların KSS uygulamaları, zorunlu eylemlerin ötesine geçen gönüllülük taahhüt eden uygulamalar ve faaliyetlerdir. İşletmelerin uyguladıkları bu faaliyetler topluma, çevreye, tedarikçilere, müşterilere, çalışanlara ve diğer iç ve dış paydaşlara yönelik uygulamalardır. Buna karşılık, ES, maddi duran varlıklardan daha fazla değer sağlayabilen bir dizi maddi olmayan örgütsel varlıkları (yani beşerî, yapısal ve ilişkisel sermaye) ifade eder. Her iki stratejiyi birbirleri ile ilişkili olarak uygulamaya koymak, firmalara bulundukları sektörlerde daha fazla rekabet avantajı (RA) kaynağı oluşturarak, finansal açıdan uzun vadeli bir güç elde etmelerini sağlayacaktır (Boulouta ve Pitelis, 2014: 350-351).

Bulunduğu pazar veya sektörde rekabet avantajı arayan kuruluşlar kendilerini rakiplerinden ayırmak için sürekli olarak yeni stratejiler uygulamakta ve geliştirmektedirler. Bu uygulamalar ve stratejiler aynı zamanda işletmelere sürdürülebilir değerler üretmelerine olanak sağlamaktadır. Son yıllarda, işletmeler KSS'yi rakiplerine göre bir rekabet avantajı kaynağı olarak görmektedirler. Aynı zamanda, entelektüel sermaye (ES) ve diğer maddi olmayan varlıkların yönetimi de işletmeler için ekonomik değer yaratma açısından hayati öneme sahip olan sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayan önemli kaynaklardandır (Iazzolino ve Laise, 2016: 468).

Günümüzde yaşanan ekonomik savaşların altında yatan en büyük etken rakiplere karşı üstünlük sağlamaktır. Bilgiye dayalı varlıkların büyük önem arz ettiği bu çağda işletmelerin iş yaşamlarını ve imajlarını şekillendiren en önemli kaynakların KSS uygulamaları ve ES varlıkları olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan araştırmalara bakıldığında, ES ve KSS kavramlarının, işletmelerin büyümesinde, gelişmesinde ve sahiplerine zenginlik sağlamak açısından çok önemli kavramlar oldukları vurgulanmaktadır. Bu iki kavramın işletmelerin çalışma biçimleri üzerinde büyük bir etkisi vardır. Bu sebeple bu kavramlar işletmeleri sahip oldukları değerler ile uyumlu uygulamalar yapmaya ve tüm paydaşlarının (toplum, çevre, tedarikçi,

hükümet vb.) beklentilerini dikkate alarak hareket etmeye teşvik etmektedir (Razafindrambina ve Kariodimedjo, 2011: 2-3). Buradan hareketle, iş dünyası ve paydaşlar arasındaki bu ilişki, işletmelerin yönetim sistemi kararları, toplumsal rolleri, hakları ve sorumlulukları gibi değerli bileşenlerin yeniden incelenmesini sağlamıştır. İşletmelerin ticari eylemleri, paydaşlarının kendilerine karşı olan sorumluluk taleplerini artırmaktadır. Fakat finansal açıdan bakıldığında işletmelerin birçoğu, bazen KSS uygulamalarından vazgeçmiş bazen de sağladığı RA'dan dolayı bu uygulamalara önem göstermiştir.

Dünya ekonomisinin yaşadığı değişim, işletmelerin stratejilerinde ve politikalarında birtakım değişikliklere yol açmıştır. Bu bağlamda gelişen ekonomilerde, başarılı kuruluşların iç yeteneklerinin çoğunluğunu bilgiye dayalı varlıkların oluşturduğu ve kuruluşların bunları çok iyi yönettiği kabul görmüş bir gerçektir. Ayrıca sosyal sorumluluk uygulamalarına önem veren işletmelerin elde edecekleri itibar sayesinde finansal refaha kavuşacaklarını söylemek mümkündür. Bu açıdan bakıldığında RA, KSS, ES ve FP kavramlarının birbirlerine paralel oldukları sonucuna varılmaktadır. Dolayısıyla, işletmelerin uzun vadede faaliyetlerine devam etmesi ve sürdürülebilir bir kalkınma için bilgi, patent, lisans, işletme hakkı, işletme unvanı, marka, telif hakkı ve iş süreçleri gibi maddi olmayan varlıklarının yönetim süreçlerini rekabet avantajı sağlayacak şekilde değiştirmeleri veya güncellemeleri kaçınılmazdır. Ayrıca kuruluşların saygınlık ve değer kazanabilmesi için, sosyal sorumluluklarını tanıyarak, çevresel etkileri azaltarak, etik uzlaşmalara karşı güvence vererek, kurumsal yönetim oluşturarak ve paydaşlarına karşı daha hesap verebilir hale gelerek sosyal sorunlara daha fazla eğilmeleri gerekmektedir.

Bu çalışma, işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans algılarını tüm boyutlarıyla incelemek ve bu iki değişken arasındaki ilişkinin aracı değişkenler olmadan birbirleri ile doğrudan nasıl bir etkileşim içinde olduklarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Ayrıca ES ve RA'nın aracılık rolünü araştırmak ve KSS ile FP arasındaki ilişkiyi dolaylı olarak nasıl etkilediklerini karşılaştırmalı olarak analiz etmeyi hedeflemektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ve finansal performans (FP) arasındaki ilişki, literatürde sıkça araştırılmış bir konudur. Bazı araştırmalarda (Preston ve O'Bannon, 1997; Stanwick ve Stanwick, 1998; Makni vd., 2008; Yusoff ve Adamu, 2016; Arsoy vd., 2012) bu iki kavram arasında doğrudan ve

olumlu bir etkinin olduğu sonucuna varılırken; bazı araştırmalarda (Cardebat ve Sirven, 2010; Hirigoyen ve Poulain-Rehm, 2015; Lee ve Yang, 2021; Başar, 2014) ise negatif bir etkinin olduğu ifade edilmiştir. Literatürde KSS ile FP arasında herhangi bir ilişkin olmadığını belirten çalışmalarda (D’Arcimoles ve Trebucq, 2002; Makni ve diğ., 2008; Özçelik ve diğ., 2014; Taşkın, 2015) mevcuttur. Fakat bu kavramlar ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında en çok kabul gören varsayım KSS’nin FP üzerinde doğrudan ve anlamlı bir etkisinin olduğudur.

Literatürde KSS ile FP arasındaki ilişkiye aracılık eden çok sayıda değişkenin olduğunu söylemek mümkündür. Bu değişkenler arasında ES ile RA da yer almaktadır. Yapılan çalışmalara bakıldığında KSS ile FP arasında ES ile RA’nın aracılık rollerine ilişkin çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Özellikle lkemizde KSS ile FP arasındaki ilişkiye ES ve RA’nın aracılık rolüne ilişkin çalışmalara literatürde rastlanılmamıştır. Bu nedenle bu çalışma, önce KSS ile FP arasındaki ilişkiyi belirtmek için teorik bir model geliştirmeyi, daha sonra bu kavramlar arasındaki ilişkide ES ve RA’nın aracı rolünü araştırmayı amaçlamaktadır. Bu alışma sonucunda elde edilecek bulguların özellikle ülkemiz açısından hem ulusal hem de uluslararası literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada araştırma modeli kapsamında yer alan kavramlar ile ilgili ulusal ve uluslararası makaleler, tezler, örnek uygulamalar, süreli ve süresiz yayınlar incelenmiştir. Literatür incelemesinden sonra çalışmanın amaç ve hedeflerine ulaşabilmesi için bahsi geçen kavramların kavramsal ve teorik altyapıları oluşturulmuştur. Çalışmanın amacı doğrultusunda incelenen literatür, kurulacak olan modelin teorik altyapısını oluşturacaktır. Elde edilen bulguları literatürdeki benzer çalışmalarla incelemek ve ayrışan noktaları görebilmek adına faydalı olacaktır.

Çalışma nihai amaı doğrultusunda altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tanımı ve kapsamı, tarihsel süreci, nemi, KSS ile ilişkili benzer kavramlar, KSS modelleri ve sorumluluk alanları detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde, entelektüel sermayenin tanımı, kapsamı, tarihsel gelişimi, önemi, yapısal bileşenleri ve ölçüm yöntemleri ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde rekabet ve rekabet avantajı kavramlarının tanımı, rekabet avantajı ile yaklaşımlar ele alınmıştır. Çalışmanın dördüncü bölümü, finansal performans kavramı ve tanımı, FP'yi etkileyen faktörler ve FP ölçüm yöntemleri detaylı olarak açıklanmıştır. Çalışmanın beşinci bölümünde, araştırmanın ana konusunu teşkil eden KSS, ES, RA ve FP değişkenleri ve bu değişkenler arasındaki ilişkileri ele alan çalışmalar incelenerek detaylandırılmıştır.

Çalışmanın altıncı bölümünde, öncelikle araştırmanın amacına, önemine, sınırlılığına ve boşluğuna ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Daha sonra araştırmanın evreni, örneklem seçimi, veri toplama aracı ve yöntemi açıklanmıştır. Ayrıca kavramsal çerçeve ve literatür araştırmalarında yer alan temel varsayımlardan yararlanarak, araştırmanın ana konusu dâhilinde bulunan kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasındaki ilişki ve bunlara aracılık eden entelektüel sermaye ile rekabet avantajına ilişkin araştırma modeli ve hipotezler oluşturulmuştur. Oluşturulan model ve hipotezler doğrultusunda analiz sonuçları ve ulaşılan bulgulara bu bölümde yer verilmiştir. Son olarak analiz sonucunda ortaya çıkan bulguların literatürdeki ampirik çalışmalar ile desteklenip desteklenmediğine bakılmış, tartışma ve sonuç bölümleriyle çalışmanın konusu hakkında genel bir değerlendirme yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Küreselleşmenin, çevre kirliliğinin ve hammadde kaynak kıtlığının yoğun olarak yaşandığı bu dönemde işletmeler topluma, çevreye daha duyarlı ve daha sorumlu bir şekilde faaliyetlerini sürdürmektedirler. İşletmeler, ticari faaliyetlerini yerine getirirken yasalar, sivil toplum kuruluşları ve tüketiciler tarafından sürekli denetim ve baskı altındadır. Bunlar, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramının ortaya çıkmasında ve gelişmesinde önemli faktörler olarak kabul edilmektedir.

KSS kapsamındaki konu ve olgular, artık işletmelerin ticari faaliyetleri ile neredeyse bütünleşmiş bir durumdadır. Kurumsal yapıya sahip olan işletmelerin vizyonlarında, misyonlarında ve ilkelerinde bu durum açık bir şekilde görülmektedir. Küresel ekonomide kurumsal yatırımcıların birçoğu KSS politikalarını ticari amaçlarında, ilkelerinde ve değerlerinde uygulayan şirket ve endüstrilere ilgi duymakta ve yatırımlarını buna göre şekillendirmektedir. Diğer bir ifade ile yatırımcılar, KSS politikalarını ihlal eden işletme ve endüstrilerden kaçınmaktadır.

Şirket yöneticileri, KSS faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan olumlu sonuçlar neticesinde sosyal girişimlere daha fazla odaklanmaktadır. Bunun sonucunda ise KSS faaliyetleri, kurumsal halkla ilişkilerin önemli bir bileşeni haline gelmektedir. Bu açıdan bakıldığında günümüzde işletmelerinin çoğu, KSS'yi marka imajının ayrılmaz bir parçası olarak görmektedirler. Bu durum müşteriler tarafından sosyal etik değerlere sahip olan işletmelerin ürünlerini tercih etme olasılıklarını güçlendirerek, işletmelere rekabet avantajını sağlayabilmektedir. İşletmeler, küresel rekabet koşullarında ayakta kalabilmek ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmek için KSS'yi artık görmezden gelmedikleri işletmelerin KSS raporlarında açıkça görülmektedir. Yayınlanan KSS raporları incelendiğinde işletmelerin, hissedarlarının karlarını en üst düzeye çıkarmanın ötesinde, genellikle çalışanları, müşterileri, toplumu ve çevreyi içeren geniş bir paydaş yelpazesine karşı sorumluluklarını içerecek şekilde hazırladıkları görülmektedir (Lin, 2011: 11). Bunun yanı sıra, işletmelerin sosyal açıdan sorumlu olabilmesi için öncelikle kendisine ve hissedarlarına karşı hesap

verebilir olması gerekir. Buradan da anlaşılacağı üzere KSS şirketlere sosyal açıdan öz denetim sağlamaktadır.

Son yıllarda, akademisyenler ve yöneticiler KSS'nin stratejik sonuçlarına daha fazla önem vermektedirler. Benzer şekilde günümüzde de çok uluslu ve çok bölümlü şirket yöneticilerinin de KSS'ye artan bir ilgisi olduğu söylenebilir (McWilliams, Siegel ve Wright, 2006: 2). Bu açıdan bakıldığında KSS'nin ulusal ve uluslararası büyük ölçekli şirketler için hayatta kalabilmek ve bulunduğu konumu koruyabilmek için oldukça stratejik bir kavram haline geldiği rahatlıkla söylenebilir.

KSS'ye duyulan ilgi gelişmiş batı ülkelerinin yanı sıra gelişmekte olan ülkeler tarafından da giderek artmaktadır. KSS kavramının geçmişine bakıldığında yapılan araştırmaların sonuçları KSS'nin firmanın faaliyetlerini olumlu derecede etkilediği görülmektedir ve buda KSS'ye duyulan ilginin ne kadar anlamlı olduğunu göstermektedir.

1.1.Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Tanımı ve Kapsamı

KSS literatürü incelendiğinde, kavrama ilişkin tanımlamaların 1950'lerde başladığını söylemek mümkündür. Söz konusu dönemlerden başlayıp 1980'li yıllara kadar kavramsallaştırma üzerine odaklanmışken, 1980'li yıllardan itibaren ampirik çalışmalar ve alternatif temalar araştırılmıştır. Kavram üzerine tartışmalar günümüzde de yoğun bir biçimde devam etmektedir. Bu tartışmalar, beraberinde farklı yorumlara, farklı tanımlamalara, farklı teorilere ve farklı araştırmalara yol açmıştır. KSS'nin ne anlama geldiğine ve neyi benimsediğine dair devam eden tartışmalar ve yorumlar, dünya çapında hem akademik hem de uygulayıcı topluluklarda gelişerek devam etmektedir (Carroll ve Shabana, 2010: 85).

Yıllar boyunca süregelen çalışmalar neticesinde KSS'nin ne olduğu, sınırlarının nerede başlayıp nerde bittiğini, hangi değişkenler ile ele alındığında işletmeler için daha yararlı olacağı veya KSS'ye hangi perspektiften yaklaşılması gerektiği gibi farklı KSS tanımlarının ve teorilerinin ortaya çıktığı söylenebilir. Çok sayıda tanımlama ve teoriler geliştirilmesine rağmen araştırmacıların tanımlama noktasında, ortak bir paydada buluşmadıklarını söylemek mümkündür. KSS'nin

tarihsel süreç içerisindeki gelişimi, dönemsel olarak farklı tanımlamaların ortaya çıkmasını sağlamıştır.

KSS, bir işletmenin, sosyal olarak kendi kendine, paydaşlarına ve topluma karşı hesap verebilir olmasına yardımcı olan ve sosyal sorumluluk bilincinde yaptığı faaliyetleri düzenleyen, bir iş modeli veya işletmelerin sosyal ve çevresel kaygıları ticari faaliyetlerine ve paydaşları ile etkileşimlerine entegre ettikleri bir yönetim anlayışı olarak ifade etmek mümkündür. KSS'nin temelindeki ana düşünce şirketlerin ve kuruluşların karlarını maksimize etmenin yanı sıra, topluma fayda sağlayan, sosyal girişimler sonucunda refah düzeyinin artmasına yardımcı olan faaliyetler veya olgulardır.

Bir birey yaşadığı ülkede toplumun bir vatandaşı olduğu gibi şirketlerde bulunduğu ülkede, topluma katkı sağlayan kurumsal vatandaş olarak görülmektedir. Şirketler kurumsal vatandaşlık olarak da adlandırılan, kurumsal sosyal sorumluluğu iş faaliyetlerine uygulayarak, çevresel, ekonomik ve sosyal olarak toplumun tüm yönleri üzerinde sahip oldukları etkinin bilincinde olmalıdırlar. Bir şirketin ticari faaliyet süreçlerini KSS çerçevesinde planlaması veya programlaması şirketin faaliyetlerine olumsuz katkıda bulunmak yerine toplumu ve çevreyi iyileştirecek şekilde faaliyet göstermesine olanak sağlayabilir.

KSS toplum için ne kadar önemli ise, bir şirket için de aynı derecede önemlidir. KSS, çalışanlar ile şirketler arasında daha güçlü bir bağın kurulmasına, motivasyonun artmasına ve hem çalışanların hem de işverenlerin çevrelerine daha duyarlı bir şekilde davranmalarına yardımcı olabilir.

KSS projeleri uygulayan işletmeler toplumu, çevreyi ve ekonomiyi geliştirmeyi amaçlar. Ayrıca KSS müşteriler, hissedarlar ve çalışanlar gibi şirket paydaşlarının beklentilerini en üst seviyede tutarak sürekli gelişim sağlamayı hedeflemektedir. Şirketlerin KSS uygulamaları için tek bir "doğru" yol yoktur. Çünkü şirketlerin uyguladıkları KSS politikaları şirketlerin pozisyonuna, konumuna, büyüklüğüne, faaliyette bulunduğu sektör gibi birçok faktöre göre değişebilmektedir. Birçok kurumsal KSS girişimi halka, ekonomiye veya çevreye olumlu katkıda bulunmaya çalışır. Günümüzün sosyal olarak sürekli değişen ve gelişen ticari

ortamında, çalışanlar ve müşteriler, KSS'ye öncelik veren işletmeler için çalışmaya ve paralarını bu işletmelerin çıktılarına harcamaya önem vermektedirler. Düzgün bir şekilde uygulanan bir KSS politikası, artan satış ve karlar, ticari maliyet tasarrufları verimlilik ve kalite, marka imajı ve itibar, müşteri sadakati, gibi çeşitli rekabet avantajlarını beraberinde getirebilir.

1.2.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Süreci

KSS kavramının tarihsel süreci incelendiğinde, daha öncesinde de çalışmalar yapılmakla birlikte, kavramın 1950'lerin başında ortaya çıktığı söylenebilir. 1920'li ve 30'lu yıllarda işletme yöneticilerinin toplumsal talepler ile karşı karşıya kaldığı dönemler olmuştur. Bu dönemde yöneticilerin, artan talepler ile maksimum kar arasında bir denge yaratma sorumluluğu üstlenmişlerdir (Carroll, 2008:3; Agudelo, Jóhannsdóttir ve Davídsdóttir, 2019: 3). 2. Dünya Savaşı ve sonrasında iş dünyasının büyümesi ile işletmelerin sosyal sorumlulukları olan kurumlar olduğuna dair tartışmalar yaşanmıştır (Agudelo vd. 2019: 3). Ancak bu dönemlerde, KSS üzerine yapılan çalışmalar yok denecek kadar az olduğu belirtilmektedir. Bu dönemde öne çıkan eserler arasında Chester Barnard'ın "*The Functions of the Executive (1938)*", J.M. Clark'ın "*Social Control of Business (1939)*" ve Theodore Kreps'in "*Measurement of the Social Performance of Business (1940)*" adlı eserler sayılabilir (Carroll, 2008: 4).

1.2.1. 1950'ler ve 1960'lar: Modern Sosyal Sorumluluk Çağının İlk Adımları

1950'ler ile 1960'lar KSS kavramının ortaya çıktığı ve sosyal sorumlulukların araştırma alanı olarak ilgi görmeye başladığı yıllar olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde KSS kavramının tanımlanmaya başlandığı görülmektedir. Dolayısı ile bu dönem KSS'nin modern tanımsal yapısının başlangıcı olarak ifade edilir (Agudelo vd. 2019: 3). KSS hakkındaki ilk çalışmalarda genellikle sosyal sorumluluk kavramı ön plana çıkmıştır. Carroll (1999) bu durumu, modern işletmelerin, önemi ve egemenliğinin henüz gerçek anlamda fark edilmemiş olması ile açıklamıştır.

Yönetim Bilimi alanında KSS'nin başlangıcı olarak Howard R. Bowen'ın (1953) yazdığı "*İş Adamının Sosyal Sorumlulukları*" adlı kitabı kabul edilmektedir

(Brin ve Nehme, 2019: 9). KSS tanımlamalarının miladı olarak görülen kitabının ana fikri, işletmelerin toplumda hayati güç merkezleri olduğu ve işletmelerin eylemlerinin nüfusun yaşamını çeşitli şekillerde etkilediğidir.

Bowen söz konusu kitabında kurumsal sosyal sorumluluk tanımından ziyade, daha çok iş adamlarının topluma karşı sorumlulukları üzerinde durmuştur. Ayrıca iş adamlarının sosyal sorumluluğunun, “KSS politikalarını izleme, bu politikalar çerçevesinde kararlar alma veya toplumun amaçları ve değerleri açısından arzu edilen eylem çizgilerini takip etme yükümlülükleri” şeklinde belirtmiştir (Moura-Leite ve Padgett, 2011: 530).

1950'lerde işletme yöneticilerinin KSS kavramına alışmayı öğrendiği, tutumların değiştiği bir dönem olarak değerlendirilmektedir. Bowen büyüyen sosyal ortamlarda iş duyarlılığını iyileştirmek için belirli yönetim ve organizasyonel değişiklikler önerisinde bulunarak KSS'nin bulunduğu zamanının nasıl ilerisinde olduğunu göstermeye çalışmıştır. Carroll (2008: 6), Bowen'in önerileri, yönetim kurullarının bileşimindeki değişiklikleri, yönetimde sosyal bakış açısının daha fazla temsilini, sosyal denetimin kullanımını, işletme yöneticilerinin sosyal eğitimini, iş davranış kurallarının geliştirilmesi gibi sosyal bilimlerde daha fazla araştırmayı içerdiğini ifade etmiştir. Bowen söz konusu çalışmasıyla, birçok araştırmacı tarafından KSS'nin babası olarak kabul edilmiştir (Moura-Leite ve Padgett, 2011: 530).

KSS kavramı 1960'larda gelişmeye devam etmiş, sosyal sorumluluğun işletmeler ve toplum açısından önemi üzerine bu dönemde çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. 1950'lerde ve öncesinde KSS düşüncesine ilişkin sınırlı sayıda çalışmalar olmasına rağmen, 1960'lar ve sonrasında KSS'nin ne anlama geldiğini en iyi şekilde ifade etmeye çalışan akademisyenler ve çalışmaları ortaya çıkmıştır. Bu dönemde özellikle Keith Davis ismi ön plana çıkmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğunun akademik açıdan ilk tanımı Keith Davis tarafından yapılmıştır. Keith Davis daha sonra KSS'yi makalelerinde ve ders kitaplarında ayrıntılı bir şekilde incelemiştir. Keith Davis KSS'ye yaptığı katkılarından dolayı bu konuda en önemli yazarlardan biri olarak görülmektedir. Davis kurumsal sosyal sorumluluğun temelinde yatan anlayışın belirsiz olduğunu fakat işletmelerin KSS'yi yönetsel açıdan ele almaları gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca Davis, kurumsal sosyal sorumluluğun,

işletmelerin teknik ve ekonomik menfaatlerinin ötesinde alınan bazı kararlara ve eylemlere karşılık geldiğini vurgulamaktadır (Boran, 2016: 12). Davis (1960), iş adamlarının topluma karşı ekonomik ve insani değerler açısından ilgili bir yükümlülüğü olduğunu savunmuş ve bir dereceye kadar, sosyal sorumluluğun firmanın ekonomik getirileriyle bağlantılı olabileceğini ileri sürmüştür (Agudelo vd. 2019: 4). Bu doğrultuda, iş adamlarının sosyal sorumluluk kavramı açısından topluma karşı farklı iki tür yükümlülük altında olduğu görülmektedir. İş adamları bir yandan, işletmenin ekonomik anlamda ayakta kalmasını sağlayan yükümlülükleri, diğer yandan toplumda refah artırıcı gelişmeleri sağlayan yükümlülükleri yerine getirmeleri gerektiğidir.

Davis, sosyal sorumluluk ve iş gücü arasındaki ilişki konusundaki görüşleriyle de öne çıkmaktadır. Davis'in görüşlerinin önemi, iş adamlarının sosyal sorumluluklarının sosyal güçleriyle orantılı olması gerektiğini ve bunlardan kaçınmanın firmanın sosyal gücünün azalmasına yol açacağını belirtmiştir. Carroll (1999: 271), Davis'in KSS kavramına yaptığı katkılarından dolayı Bowen'dan sonra "KSS'nin Babası" olduğunu ifade etmiştir.

1960'larda sosyal sorumluluk tanımına bir diğer önemli katkı, Joseph W. McGuire tarafından gelmiştir. McGuire, *Business and Society* (1963) adlı kitabında, "Sosyal sorumluluk düşüncesi, sadece şirketlerin ekonomik ve yasal yükümlülükleri olmadığını, aynı zamanda bu yükümlülüklerin ötesine geçen topluma karşı belirli sorumluluklar" olarak ele alınması gerektiğini vurgulanmıştır. McGuire'in (1963) tanımı, KSS'yi ekonomik ve yasal zorunlulukların ötesinde, belirli sorumluluklar çerçevesinde irdelediği için önceki tanımlamalardan farklılaşmaktadır. McGuire'nin ifade ettiği belirli sorumlulukları tam olarak ne olduğunu netleştirmese de daha sonra kurumların toplumun refahına, eğitime, çalışanlarının mutluluğuna ilgi duyması gerektiğini ifade etmiştir (Carroll, 1999: 272). McGuire'a göre (1963) KSS, sadece ekonomik ve yasal yükümlülükler olmadığı, KSS'yi bu yükümlülüklerin ötesinde aramanın doğru olduğunu savunmuştur. Bazı yazarlar bu görüşe karşı çıkmışlardır. Bunlardan biri olan Milton Friedman'na (1962) göre, KSS kapitalist sistem tarafından belirlenen kârın maksimize edilmesi ilkesini reddettiğinde kendi düzenini altüst ettiğini belirtmiştir. Ayrıca hissedarlar için çok para kazanmaktan başka bir sosyal sorumluluğun şirket yetkilileri tarafından kabul edilmesi, özgür toplumumuzun

temellerini derinlemesine zayıflatacağını belirtmiştir. Friedman ayrıca “işletme yöneticilerinin görevi hissedarlara karşı olup onların karlarını maksimize etmektir ve sosyal konular işletmelerin değil devletin ilgi alanına girdiğini” eklemiştir (Jain, Vyas ve Chalasani, 2016: 631). Milton Friedman’ın görüşüne destek veren bir başka araştırmacı T. Leavitt’dir. Leavitt bu yaklaşımı daha da radikal bir şekilde ortaya koymuştur. Leavitt (1958)’e göre “Kurumsal refah, eğer ekonomik açıdan mantıklıysa iyi bir anlam ifade eder. Ama eğer bir şey ekonomik bir anlam ifade etmiyorsa, duygu ya da idealizm onu kapıdan içeri almamalıdır” şeklinde KSS’yi tanımlamıştır (Moura-Leite ve Padgett, 2011: 530).

1.2.2. 1970’ler ve 1980’ler: Genişleyen KSS Tanımları

KSS anlayışı 1970’lerde hız kazanmıştır. 1970’ler, işletme yöneticilerinin KSS sorunları ile başa çıkmak için geleneksel yönetim işlevlerini uyguladıkları yıllardır. 1970’lerde birçok yazar, iş dünyasının temel çıkarlarıyla çelişmeyen KSS’nin içeriğine ve uygulama sürecine odaklanmışlardır. 1970’lerde, KSS anlayışı toplumsal olaylardan ve yeni yasalardan etkilenmiştir. Dolayısıyla bu durum işletmelere artık çevre boyutlarının yanı sıra ürün güvenilirliğini ve işçi haklarını da kapsayan yeni mevzuatlara ve yeni sorumluluklara uyacaklarına dair izler taşımaktadır. Ayrıca bu durum, KSS’ye yeni yaklaşımlar sağlayan akademik yayınlara da yansımıştır (Agudelo vd. 2019: 6).

Bu dönem içerisinde Morrell Heald (1970) tarafından yazılan “*The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900-1960 (İşletmenin Sosyal Sorumlulukları: Şirket ve Toplum, 1900-1960)*” isimli çalışma önemlidir. Söz konusu çalışmada Heald (1970), sosyal sorumluluk tanımı yapmasa da kitabının önsözünde, “iş adamları için sosyal sorumluluk kavramının anlamının uyguladıkları gerçek politikalarda aranması gerektiğini” ifade etmiştir. Heald’ın açıklamaları, o dönemdeki iş adamlarının kurumsal hayırseverlik, toplum ilişkileri, müşteri ilişkileri ve çalışan gelişimi ile önemli ölçüde ilgili olduğunu göstermektedir (Carroll, 1999: 273).

Aynı dönemde, KSS bağlamını şekillendiren ikinci önemli gelişme, 1971’de KSS beyannamesi ile sosyal beklentilere yanıt veren Ekonomik Kalkınma Komitesi (*The Committee for Economic Development-CED*) olmuştur. CED bu dönemde, artan

sosyal protestolar neticesinde, işletmelerin ekonomik büyüme ve verimlilik, eğitim, istihdam, medeni haklar ve fırsat eşitliği, kentsel dönüşüm ve gelişme, kirliliğin azaltılması, koruma ve rekreasyon, kültür ve sanat, tıbbi bakım ve hükümet ilişkileri alanlarında eylemler gerçekleştirmesi gerektiğini savunmuştur (Brin ve Nehme, 2019: 9). Burada CED, işletmelerden sadece topluma mal üretmek veya hizmet sağlamak değil, aynı zamanda toplumun refahını ve yaşam kalitesini artırıcı faaliyetlere odaklanması gerektiğini vurgulamıştır.

1970’lerde KSS alanında katkı yapan önemli yazarlardan biriside Harold Johnson’dur. Johnson’ın (1971) *Business in Contemporary Society: Framework and Questions* adlı kitabında; KSS’nin çeşitli tanımlamalarına yer vermiş ve ardından bunları eleştirmeye ve analiz etmeye çalışmıştır. Johnson “sorumlu bir işletmenin, hissedarları için yalnızca daha fazla kar elde etmek için çaba göstermek yerine, çalışanları, tedarikçileri, tedarikçileri, yerel toplulukları ve toplumu da hesaba katmalıdır” şeklinde yorumda bulunmuştur. Johnson’ın bu çıkar gruplarının çokluğuna atıfta bulunduğu için bir paydaş yaklaşımı olasılığını ima ettiğini söylemek mümkündür (Carroll, 2008: 7).

1980’lerde, konu ile ilgili araştırmacılar tarafından KSS ve yeni araştırma tanımlarının iyileştirilmesi ve geliştirilmesine odaklanılmış, ayrıca kurumsal sosyal duyarlılık, sosyal performans, kamu politikaları, iş etiği ve paydaş teorisi/yönetimi gibi ikame kavramlarına ve yazılarına yoğunlaşmışlardır. Bu dönemlerde KSS, şirketlerin sadece hissedarlarını değil, aynı zamanda toplumdaki kurucu gruplara bağlı kalmaları gerektiği fikri olarak tanımlanmıştır. İşletmeler klasik görevlerin ötesine geçerek müşterilere, çalışanlara, tedarikçilere ve diğer paydaş gruplara yönelik gönüllü girişimlerde bulunmuşlardır.

1980’lerde iş ve sosyal çıkarlar yakınlaşmış ve şirketler kendi paydaşlarına daha duyarlı hale gelmişlerdir. Bu dönemlerde, KSS ile ilgilenen araştırmacılar, alternatif veya tamamlayıcı kavramlar ve konular geliştiren yeni ikame tanımlamalara odaklanmışlardır. 1980’lerde kurumsal sosyal duyarlılık, kurumsal sosyal performans, kamu politikası, iş etiği ve paydaş teorisi/yönetimi gibi KSS kavramına alternatif veya tamamlayıcı kavramlar ve temalar oluşmaya başlanmıştır.

1980'de Thomas M. Jones KSS tartışmasına farklı bir bakış açısı kazandırmıştır. Jones'a göre KSS, şirketlerin, yasalar ve sendika sözleşmeleri ile öngörülenlerin ötesinde, hissedarlar dışında toplumdaki kurucu gruplara karşı bir yükümlülük olarak değerlendirilmiştir (Carroll, 1999: 284).

Bu dönemin öne çıkan yazarlarından biri de C. Frederick'tir. Frederick işletmelerin kaynaklarının geniş sosyal hedefler için de kullanılması gerektiğini savunmuştur. Frederick, 1970 yılına kadar KSS anlayışındaki gelişmeyi, "şirketlerin sosyal iyileşme için çalışma yükümlülüğü" olarak tanımlar ve bunu KSS1 olarak nitelendirmiştir. Daha sonra Frederick 1970 yılından sonra KSS'yi "topluma karşı duyarlı bir duruş ve toplumun beklentilerine yanıt verme eylemi" olarak tanımlamış ve bunu da KSS2 adını verdiği "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" olarak tanımlamıştır. KSS1'den KSS2'ye geçiş, felsefi bir yaklaşımdan, toplumun beklentilerine cevap verecek yönetsel kararlara odaklanmaktadır. Daha sonra Frederick (1986) kurumsal sosyal sorumluluğu (KSS) KSS2'den ayırarak, "yönetimsel kararlar almada ahlaki değerlerin dikkate alınması gerektiğini vurgulamıştır" ve bunu Kurumsal Sosyal Dürüstlük (Corporate Social Rectitude) olarak adlandırmıştır (Moir, 2001: 18).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına önemli katkıları olan bir diğer isim Joseph W. McGuire'dir. McGuire "İş ve Toplum" isimli kitabında, "Sosyal sorumluluk düşüncesi, şirketin sadece ekonomik ve yasal yükümlülükleri olmadığını, aynı zamanda bu yükümlülüklerin ötesinde topluma karşı belirli sorumluluklarının da olduğunu varsayar" şeklinde KSS'yi tanımlamıştır. Bu tanım kapsamında yükümlülüklerin ne olduğu açık bir şekilde ifade edilmese de daha sonra McGuire, işletmelerin toplumun refahına, eğitime, çalışanlarının mutluluğuna katkı yapması gerektiğini ifade etmiştir. McGuire'nin bu son ifadesi işletmelerin, iş etiği ve kurumsal vatandaşlık kavramları doğrultusunda hareket ettiklerini göstermektedir (Carroll, 1999: 272).

Hopkins (1998) KSS'yi tanımlarken, şirketlerin paydaşlarına etik ve sosyal olarak sorumlu bir şekilde davranılması gerektiğini ifade etmektedir. Şirket paydaşları çalışanlar gibi hem şirket içinde hem de tüketiciler gibi şirket dışında olabilir. Hopkins sosyal açıdan sorumlu davranmanın hem kurum içi hem de kurum dışı paydaşların insani gelişimini artıracaklarını ifade etmiştir (Dahlsrud, 2008: 8). Ayrıca Hopkins

(2003) daha sonra KSS tanımını genişleterek farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Burada Hopkins'e göre KSS, "Sosyal sorumluluğun temel amacı hem kurum içindeki hem de kurum dışındaki paydaşlar için bir yandan kurumun karlılığını korurken, diğer yandan toplum için daha yüksek yaşam standartları sağlamaya çalışmalıdır" şeklinde ifade etmiştir (Dahlsrud, 2008: 8). Burada Hopkins ilk tanımdan farklı olarak işletmelerin etik, sosyal ve paydaş boyutlarının yanı sıra KSS'nin ekonomik boyutuna da değindiği söylenebilir.

Daha önce de ifade edildiği gibi 1980'li yıllar KSS'ye alternatif temalarında geliştirildiği bir dönemdir. Bu dönemde KSS'ye "paydaş teorisi" ve "iş etiği" olmak üzere çok önemli iki alternatif tema eklenmiştir (Carroll, 2008: 12).

1980'ler, halkın dikkatini yönetsel ve kurumsal yanlış davranışlara yönelten, geniş çapta etik skandalların yaşandığı bir dönemdir. Bu dönemde bu etik skandalların başında gelen, 1986'da Ukrayna'da meydana gelen ve en az 350.000 kişinin ölümüne neden olan Çernobil nükleer felaketidir. 1984'te ABD kökenli bir firmanın Hindistan'da Bhopal'de kurduğu böcek ilacı üreten fabrikadan yanlışlıkla 40 ton metil isosiyanat gazı sızıntısı sonucu 18.000 kişinin ölümüne ve 150.000'den fazla insanın zehirlenmesine neden olan Bhopal felaketi örnek verilebilecek diğer bir skandaldır.

Bu dönemlerde KSS'ye alternatif olarak geliştirilen temalardan biri de sürdürülebilir kalkınma kavramı olmuştur. Yaşanan felaketler neticesinde Birleşmiş Milletler tarafından 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu düzenlenmiştir. Komisyonda alınan kararlar özellikle KSS'nin kritik çevresel sorunlarına büyük katkı sağlamış ve dünya genelinde KSS'nin çevre boyutuna farkındalığı artıran önemli dönüm noktalarından birisi olmuştur. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu kalkınma ve çevre kaygılarını birleştiren küresel stratejik sürdürülebilirlik çağrısında bulunan ilk komisyondur. Komisyon sürdürülebilir kalkınmayı "Sürdürülebilir kalkınma, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerine müdahale etmeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan gelişme" olarak tanımlanmıştır (Brin ve Nehme, 2019: 10).

1.2.3. 1990'lar ve 2000'ler: KSS Alanında Daha Fazla Araştırma, Stratejik Çıkarımlar ve Küresel Genişlemeler

Bu yıllarda KSS kavramı hükümetlerden şirketlere, tüketicilerden sivil toplum kuruluşlarına ve uluslararası kuruluşlar dâhil (Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Teşkilatı, Uluslararası Çalışma Örgütü) toplumun tüm bileşenleri tarafından desteklenmiştir. 1990'larda KSS'nin tamamlayıcı temalar ile birlikte anıldığı dönem olarak bilinmektedir. 1990'larda büyümeye ve odak noktası olmaya devam eden KSS ile ilgili kullanılan ikame temalar; kurumsal sosyal performans (KSP), paydaş teorisi, iş etiği, sürdürülebilirlik ve kurumsal vatandaşlık gibi öne çıkan kavramlardır. Bu dönemde Kurumsal vatandaşlık, diğerlerinden daha fazla, KSS ile rekabet eden bir kavram haline gelmiştir. Kurumsal yurttaşlığın (vatandaşlığın) gerçekten ayrı bir çalışma alanı mı yoksa KSS'yi ifade etmenin veya çerçevelemenin başka bir yolu mu olduğu üzerine çalışmalar yapılmıştır. Sürdürülebilirlik, 1990'larda önemli ilgi gören bir başka tamamlayıcı konu oldu. Başlangıçta doğal çevre açısından tanımlansa da daha geniş sosyal ve paydaş çevreyi kucaklayan daha kapsayıcı bir kavrama dönüşmüştür (Carroll, 2008: 13).

1990'larda KSS'ye yönelik en önemli gelişmeler ve değişimler, iş uygulamaları alanında gelmiştir. 1992'de, şirketlerinde KSS sorumluluğu olan girişimleri ve faaliyetleri temsil etmek için Business for Social Responsibility (BSR) adlı kâr amacı gütmeyen bir kuruluş kuruldu. BSR sosyal sorumluluk için üye şirketlere etik değerlere, insanlara, topluluklara ve çevreye saygı gösteren şekillerde ticari başarı elde etmelerine yardımcı olan küresel bir organizasyondur. BSR, eğitim ve özel danışmanlık hizmetleri sağlayarak, üyelerinin kurumsal sosyal sorumluluktan rekabet avantajı sağlamalarına yardımcı olmuştur. Kurumsal sosyal davranışlardaki değişimi önemseyen ve destekleyen bir başka örnek, Fortune 500 şirketlerinin ABD dergisi Fortune tarafından 1977 ve 1990'da yapılan bir çalışmadır. 1977'de bu şirketlerin yarısından azı KSS'yi yıllık raporlarında temel bir bileşen olarak benimsemiştir. Ancak 1990 yılının sonunda, Fortune 500 şirketlerinin yaklaşık yüzde 90'ının KSS'yi organizasyonel hedeflerinin temel unsurlarından biri olarak listelediği ve bu şirketler tarafından düzenlenen KSS olaylarını aktif olarak yıllık raporlarında rapor ettikleri görülmüştür (Lee, 2008: 54). 1990'ların ortalarında, internetin ve ilgili teknolojilerin küresel anlamda rekabeti arttırdığı görülmüştür. Bu durumun işletmelerin küresel

iletişim yeteneklerine daha fazla ağırlık vermelerine neden olmuş ve kurumların sürdürülebilir rekabet avantajı yakalamada KSS'ye daha fazla ağırlık vermelerini sağlamıştır. Dolayısıyla bu dönemlerde KSS, strateji literatürüne de bağlanmış ve genişleyen rekabet koşularında önemli bir stratejik anahtar olmuştur (Moura-Leite ve Padgett, 2011: 534).

1990'larda, önemli uluslararası olaylar sosyal sorumluluğa yönelik uluslararası perspektifi ve sürdürülebilir kalkınma yaklaşımını önemli ölçüde etkilemiştir. Bunlardan en önemlileri şunlardır: Avrupa Çevre Ajansı'nın oluşturulması (1990), Rio de Janeiro'da düzenlenen Çevre ve Kalkınma konulu BM zirvesi, Rio Çevre ve Kalkınma Bildirgesi, Birleşmiş Milletler Çerçevesi İklim Değişikliği Sözleşmesi (UNFCCC) (1992) ve Kyoto Protokolünün kabulü (1997). Bu uluslararası organların oluşturulması ve uluslararası anlaşmaların kabul edilmesi, iklimle ilgili konular ve dolaylı olarak kurumsal davranış açısından daha yüksek standartlar belirlemeye yönelik uluslararası çabaları temsil etmiştir (Agudelo vd. 2019: 7).

2000'li yıllara gelindiğinde, KSS kavramına ve anlamına yönelik teorik katkılara yapılan vurgu, konu hakkında ampirik araştırmalara ve ilgi alanlarının KSS'den uzaklaşmasına ve paydaş teorisi, iş etiği, sürdürülebilirlik ve kurumsal vatandaşlık gibi ilgili konulara ayrılmasına yol açmıştır. Bu dönemde KSS alanında iyileştirmelerin görüldüğü, alternatif tanımlamaların kullanıldığı, araştırmaların çoğaldığı ve küresel genişlemelerin yaşandığı bir dönemdir. 2000'li yıllar ve sonrasında yeni KSS kavramlarından ziyade, KSS veya KSP (Kurumsal Sosyal Performans)'yi diğer ilgili değişkenlere bağlayan deneysel araştırmalar hâkim olmuştur. Geçtiğimiz 20 yıl boyunca, ama özellikle 2000'li yıllarda, KSS hareketi küresel alanda önemli bir olgu haline gelmiştir. KSS'nin ilgisi ve büyümesi en çok Avrupa Topluluğu'nda görülmüştür. Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü'nün (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2001) hazırladığı bir rapora göre, kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki gönüllü girişimler, son yıllarda uluslararası ticarete önemli bir trend haline geldi. Uygulamada KSS coğrafi ve ülke bazında farklılıkları olsa da kesinlikle küresel bir kavram olmuştur (Carroll, 2008: 14).

2000'li yıllar KSS alanında kayda değer gelişmelerden biriside Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi kararlarıdır. Temmuz 2000'de New York'ta

Birleşmiş Milletler Genel Merkezi tarafından başlatılan BM Küresel İlkeler Sözleşmesi hem bir politika platformu hem de sürdürülebilirliğe ve sorumlu iş uygulamalarına kendini adanmış şirketler için pratik bir çerçevedir. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, 170’den fazla ülkeden 13000 kurumsal katılımcı ve diğer paydaşlar ile dünyanın en büyük kurumsal sürdürülebilirlik (Kurumsal Sosyal Sorumluluk) girişimidir. BM Küresel İlkeler Sözleşmesi, insan hakları, çalışma, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında on ilkeye dayalı bir çerçevedir (Brin ve Nehme, 2019: 10-11). Ayrıca 2001 ve 2004 yılları arasında Avrupa Komisyonu, KSS’yi tartışmak için bir dizi konferans düzenledi (Brüksel’de “KSS Nedir”, Helsinki’de “Neden KSS” ve Venedik’te “KSS Nasıl Teşvik Edilir ve Uygulanır?”). Avrupa Komisyonu’nun Genel İşletme Yönetimi Planı için yapılan bu konferanslar stratejik bir unsur olarak kabul edilmiştir. Buna göre, 2005 yılında Avrupa Komisyonu, sonraki yıllarda KSS ile ilgili Avrupa hedeflerini özetleyen “İşletmeler için Avrupa Yol Haritası-Rekabetçi ve Sürdürülebilir Bir İşletmeye Doğru” başlıklı hareketler ile stratejik bir akım başlamıştır (Agudelo vd. 2019: 10).

2000’li yıllarda KSS çalışmalarının odağının etik yöneliminden performans yönelimine ve analiz düzeyinin makro-sosyal düzeyden kurumsal düzeye kaydığı görülmektedir. Ayrıca bu dönemlerde yeni KSS kavramlarına yoğunlaşmaktan ziyade, KSS’nin farklı değişkenler ile olan bağlantısı araştırmalara konu olmuştur. Örneğin KSS ve kurumsal finansal performans arasındaki ilişki, zaman içinde KSS araştırmacılarının ilgi odağı olmuştur. Vogel (2005), son yıllarda KSS literatürünün KSS ile kurumsal mali başarı arasındaki bağlantıyı vurguladığını belirtmektedir. Vogel, bu vurgunun bir kanıtı olarak, 2002 yılında yapılan bir ankette, küresel üst yöneticilerin yüzde 70’inin KSS’nin şirketlerinin karlılığı için hayati bir öneme olduğunu belirtmişlerdir. Bu kanıt, KSS’nin, şirketin genel stratejisinin merkezinde yer alan ve başarısı için hayati önem taşıyan temel bir iş fonksiyonuna dönüşmekte olduğunu göstermektedir (Brin ve Nehme, 2019: 11).

1.2.4. 2010 ve Sonrası: KSS ve Ortak Değer Yaratma

2000’lerde başlayan ve 2010 ve sonrasında daha da önemli bir konu haline gelen şirket eylemleri, başta ABD ve Avrupa olmak üzere ve tüm dünyadaki

vatandaşların yaşamları üzerinde önemli etkilere yol açmıştır. Bu dönemde özellikle uluslararası kuruluşlarca KSS tanımlamaları yapılmıştır.

Bu doğrultuda KSS kavramına farklı bir tanımlama Avrupa Birliği Komisyonundan gelmiştir. Avrupa Birliği Komisyonu'na (2001) göre, KSS, şirketlerin sosyal ve çevresel konuları ticari işlemlerinde ve paydaşları ile gönüllü olarak iş birliğine entegre ettikleri bir kavramdır. Daha sonra AB Komisyonu, 2011-2014 yılları için KSS için yenilenmiş Avrupa Birliği (AB) stratejisini yayınlamıştır. AB Komisyonu bu stratejiler doğrultusunda KSS'nin, "toplum üzerindeki etkilerinden işletmelerin sorumluluğu" olarak yeni bir tanımını ortaya koymuştur. Bu tanım kapsamında KSS, ilgili mevzuata ve sosyal ortaklar arasındaki toplu sözleşmelere saygı, bu sorumluluğun yerine getirilmesi için bir ön koşuldur. AB Komisyonu, sosyal sorumluluklarını tam olarak yerine getirmek için, işletmelerin sosyal, çevresel, etik, insan hakları ve tüketici endişelerini paydaşlarıyla yakın iş birliği içinde iş faaliyetlerine ve temel stratejilerine entegre etmek için bir sürece sahip olmaları gerektiği fikrini savunmuştur. Burada amaç işletmelerin sahipleri/hissedarları, diğer paydaşları ve genel olarak toplum için ortak değer yaratmayı en üst düzeye çıkarmayı hedeflemelidir (Avrupa Birliği, 2020).

Yine bu dönemlerde Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO), kurumsal sosyal sorumluluk için uluslararası standartlar ve yönergeler yayınlamıştır. Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO), işletmelerin ve kuruluşların sosyal açıdan sorumlu bir şekilde nasıl çalışabileceklerine dair rehberlik sağlamak amacıyla 2010 yılında yeni ISO 26000 standardını yayınlamıştır. Bu standartlar, işletmelerin toplumun sağlığına ve refahına katkıda bulunan etik, şeffaf bir şekilde faaliyetlerini sürdürmeleri üzerine odaklanmıştır (Brin ve Nehme, 2019: 12). ISO 26000 göre KSS, Avrupa Birliği Konseyi tarafından tanımlanan KSS tanımıyla uyumluluk göstermektedir ve bu doğrultuda, ISO birçok kuruluşun KSS'yi stratejilerinin temel bir parçası olarak kabul etmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Diğer ISO standartlarından farklı olarak, ISO 26000, gereklilikler ve zorunluluklardan ziyade isteğe bağlı standartlara sahiptir (International Organization for Standardization, 2020).

Porter ve Kramer (2011) KSS'nin ortak değer yaratmada önemli bir kavram olduğunu belirtmişlerdir. Yazarlara göre, “Bir işletme rekabet gücünü artırırken aynı zamanda ekonomiyi geliştiren politikalar, işletme uygulamaları ve faaliyet gösterdiği topluluklardaki sosyal koşulları da göz önünde bulundurma olarak tanımladıkları paylaşılan değer yaratma kavramının, toplumsal ve ekonomik ilerleme arasındaki bağlantıları belirlemeye ve genişletmeye odaklandığını” ifade etmişlerdir. Buna göre, Porter ve Kramer (2011) ortak değer yaratmak için; “ürünleri ve pazarları yeniden tasarlamak, değer zincirinde üretkenliği yeniden tanımlamak ve şirketin faaliyet gösterdiği destekleyici endüstri kümeleri oluşturmak” şeklinde üç seçenek belirlemişlerdir. Yazarlar bu seçeneklerin KSS'nin ana hedefinde yer alması gerektiğini savunmuşlardır. (Agudelo vd. 2019:12; Porter ve Kramer 2011:2).

Chandler ve Werther (2013) ortak değer yaratmanın önemini belirttikleri çalışmalarında KSS kavramına, sürdürülebilir değer yaratma boyutu kazandırarak farklı bir bakış açısı getirmişlerdir. Yazarlara göre sürdürülebilir KSS “bir işletmenin, stratejik planlamasına ve temel operasyonlarına bütüncül bir KSS perspektifinin dâhil edilmesi, böylece orta ve uzun vadede maksimum ekonomik ve sosyal değer elde etmek için firmanın geniş bir paydaşlar kümesinin çıkarlarına göre yönetilmesi” olarak tanımlanmıştır. Daha sonra Chandler (2016), bu tanımlamayı biraz daha genişleterek “Şirketin yönetilmesi için firmanın stratejik planlamasına ve temel operasyonlarına bütünsel bir KSS perspektifinin dâhil edilmesi orta ve uzun vadede *değeri optimize etmek için [vurgu eklenmiştir]* geniş bir paydaş grubunun çıkarları doğrultusunda yönetilmesi” şeklinde ifadede bulunmuştur (Agudelo vd. 2019: 13).

1.3.Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önemi

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin topluma, çevreye, tüketicilere ve tüm paydaşlarına karşı üzerlerine düşeni yapmak için kullandıkları en iyi yoldur. Dünyadaki insanlar ve işletmeler gün geçtikçe daha fazla birbirine bağımlı hale gelmektedir. İşletmeler toplum üzerinde olumlu bir etki yaratmak için KSS yoluyla işletmeler ve topluluklar arasındaki bağı sıkılaştırmaya ve olumlu etkiler yaratmaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda KSS, çalışanlara, çevreye, topluluklara ve kısacası tüm topluma fayda sağlamak için, tüm bağımlı ilişkileri etkin bir şekilde yönetmenin bir

yoludur. KSS firmaların çevresel ayak izlerini azaltarak ekolojik dengeyi koruma konusunda öncü bir role sahiptir. Örneğin Malezya’da yerleşim alanlarının yakınında geniş golf sahalarına sahip olan bazı çokuluslu şirketler çevreyi korumak için “*Dünyayı Yeşillendiriyoruz*” kampanyası ile çevreye yönelik bir KSS girişimi başlatmıştır. Ayrıca KSS, iş dünyası, devlet, sivil toplum kuruluşları ve Birleşmiş Milletler komisyonu gibi paydaşların iş birliğini kuvvetlendirerek dünyada açlık ve sefaletle mücadele etmek için başvurulmuş anahtar bir faktördür. Örneğin Shell Vakfı ile Mark ve Spencer’in yürüttüğü sosyal sorumluluk projeleri Afrika da yoksul toplumlara yapılan önemli KSS girişimleridir (Corporate Social Responsibility and Sustainability Institute, 2021).

Bir işletmenin sosyal sorumluluk anlayışı arttığında tüketicilerin işletmeye olan bağlılığı ve memnuniyeti aynı yönde artacaktır. Bu aynı zamanda tüketicilerin güvenini etkileyerek gelişmekte olan pazarlardaki markalarla ilgili belirsizliği azaltır ve satın alma niyetini artırır. Yüksek derecede sosyal sorumluluk, çalışanlar arasında daha yüksek bir aidiyet duygusu ve memnuniyet yaratacaktır. Dolayısıyla bu durum çalışanların iş performansını etkiler ve işletmenin toplumda olumlu bir imaja sahip olunmasını sağlar. Ayrıca yüksek derecede sosyal sorumluluk duygusu, nitelikli çalışanları organizasyona katılmaya teşvik eder, hissedarların sadakatini güçlendirir, tüketicilerin memnuniyet duygularını artırır ve yatırımcıların dikkatini çekerek işletmenin finansman ihtiyacını olumlu yönde etkiler. Bunlara ek olarak yüksek sosyal sorumluluk işletmelerin tedarikçilerle olan güven ilişkilerini de güçlendirdiğini söylemek mümkündür (Sánchez-Torné, Morán-Alvarez ve Pérez-López, 2020: 2693).

Günümüz işletmelerinin üzerinde durduğu en önemli konu dünya kaynaklarının hızla tükenme endişesidir. İşletmeler kısıtlı olan dünya kaynaklarını işlerken sürdürülebilirlik anlayışı doğrultusunda hareket etmelidirler. Sürdürülebilirlik, işletmelerin çevresine, iş dünyasına ve topluma çevresel ve sosyal açıdan uyguladığı etkinin sorumluluğudur. Bu sorumluluk sadece işletmelerin faaliyet gösterdikleri dönemdeki topluma karşı değil aynı zamanda gelecek nesillerdeki toplumlara karşı sorumlulukları da içermektedir. Bu nedenle, şirketlerin sürdürülebilir üretim ve tüketim, iklim değişikliği ve enerji, doğal kaynakların korunması, çevrenin iyileştirilmesi ve sürdürülebilir toplumlar gibi sürdürülebilir kalkınma konularında daha fazla sorumluluk alması gerekiyor (Moon, 2007: 298). Dolayısıyla günümüzde

sosyal sorumluluk sahibi işletmelerin sürdürülebilir kalkınmayı KSS'nin merkezine koymaktadır. İşletmeler iş planlarında KSS stratejilerini oluştururken yalnızca işletme başarısı için değil aynı zamanda yaşadığımız evrenin ve toplumun geleceğini dikkate alarak oluşturmalarıdır. Sürdürülebilirlik anlayışı doğrultusunda uygulanan KSS faaliyetleri işletmelere birçok yönden fayda sağlamaktadır. Örneğin, tüm tedarik zincirinde daha etkili kaynak yönetimi sayesinde işletme maliyetlerinin düşürülmesi, küresel ekonomide rekabet üstünlüğü sağlaması, hayırsever faaliyetler ile toplumda marka imajının artması, etkileşim yoluyla işletmelerin hissedarlar, müşteriler ve çalışanlar ile güven ilişkilerinin geliştirilmesi kurumsal sosyal sorumluluğun sağladığı faydalar arasında gösterilebilir.

Kurumsal sosyal sorumluluk, insan haklarının sürdürülebilirliği açısından da önemli bir kavramdır. Bu doğrultuda Birleşmiş Milletler, uluslararası şirketleri insan haklarının korunmasına ilişkin evrensel ilkelere bağlı kalmalarına yönelik bir girişim olan Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni yürürlüğe koymuştur (Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, 2007). Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, kurumsal yükümlülükler konusunda dünyanın en büyük gönüllü girişimidir ve aynı zamanda faaliyetlerini ve stratejilerini insan hakları çerçevesinde oluşturabilen ve çalışma koşullarını insan haklarıyla uyumlu hale getirmeye kararlı stratejik bir yapı olarak kabul edilmektedir. İş dünyası bu ilkeleri yerine getirerek, dünya çapında ekonomilere ve toplumlara fayda sağlayacak şekilde piyasaların, ticaretin, teknolojinin ve finansın gelişmesine yardımcı olabilir. Küresel İlkeler Sözleşmesi, iş dünyası, hükümet, sivil toplum ve Birleşmiş Milletler'in yolsuzlukla mücadele, çevreyi koruma ve toplumsal gelişmeyi sağlama gibi ortak hedefleri gerçekleştirme konusunda çok önemli ortaklıkların kurulmasına zemin hazırlamıştır. Sürekli artan bu anlayış, 130'dan fazla ülkeden 4700'den fazla kurumsal katılımcı ve paydaşla bugün dünyanın en büyük kurumsal vatandaşlık ve sürdürülebilirlik girişimi olarak görülen Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin büyümesine yansımaktadır (İsmail, 2009: 206).

Sonuç olarak bugün hemen hemen bütün işletmeler, kendisine ve topluma fayda sağlamak, satışlarını artırarak ekonomik altyapılarını güçlendirmek ve iyi bir marka imajı ile tüketicilerin algılarında farkındalık yaratmak için iş stratejilerine KSS girişimlerini dâhil etmektedir. KSS yasal bir zorunluluk olmamakla birlikte sosyal ve çevresel konuları dikkate alan ve sürdürülebilir kalkınmada önemli rol oynayan bir

uygulama olduğu söylenebilir. Tüketim toplumunda nüfus arttıkça, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı da şirketlerin önemle dikkate almaları gereken kritik bir kavram haline gelmektedir. Çünkü Kurumsal sosyal sorumluluk, gelecek nesillerin ihtiyaç ve beklentilerini dikkate alan, doğal kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasını sağlayan ve dünyanın dört bir yanındaki ihtiyaç sahiplerine gereken yardımı sağlayarak açlık ve yoksulluğun önüne geçen, işletmelerin ahlaki olarak davranışlarda bulunulmasını sağlayan önemli bir konudur.

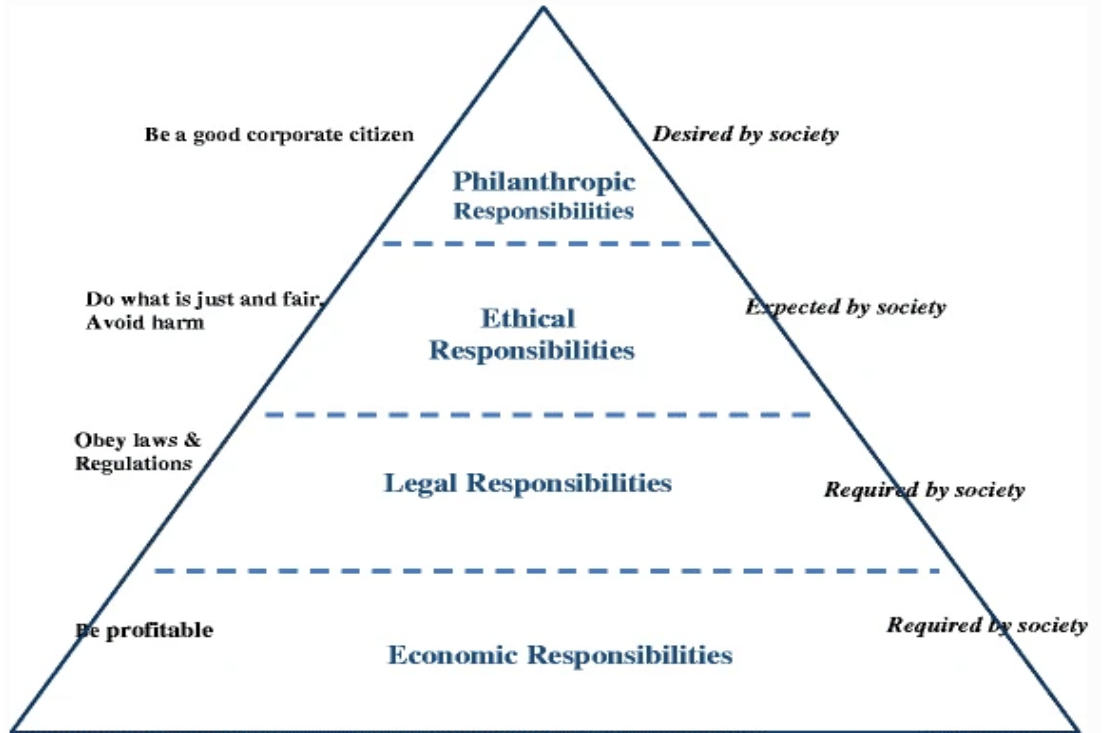
1.4.Carroll ve KSS Piramidi

KSS konusunda birçok araştırmacı tarafından farklı tanımlamalar ve çalışmalar yapılmakla birlikte, Archie B. Carroll ön plana çıkmaktadır. KSS kavramının gelişiminde büyük rol oynayan Carroll'un (Brin ve Nehme, 2019: 9) KSS tanımının literatürde en kabul görmüş tanım olduğu söylenebilir. Carroll (1979: 500) KSS'yi toplumun belirli bir zamanda kuruluşlardan sahip olduğu ekonomik, yasal, etik ve isteğe bağlı (hayırsever) beklentileri kapsar" şeklinde ifade etmiştir. Bu tanım, KSS literatürün de uzun süredir araştırmalara konu olmakta ve başarılı bir şekilde kullanılmaktadır. Bu tanımın göze çarpan önemli noktalarından birisi, şirketin ekonomik sorumluluğunu KSS'de dikkate alınması gereken bir faktör olarak görmesidir. Ayrıca bu tanımda diğerk önemli bir nokta özellikle işletme yöneticileri ve hissedarları, topluma mal ve hizmet sağlarken, ekonomik / finansal / karlılık performanslarını yalnızca kendileri için değil, aynı zamanda toplum yararına da kullanmaları gerektiğini ifade etmektedir. Carroll'ın yaptığı bu tanımın öne çıkan özelliklerinden biriside, ekonomik, yasal, etik ve hayırsever (isteğe bağlı) sorumluluk kavramlarını kategorilere ayırması ve bu sorumluluk kategorilerini daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesini sağlamasıdır (Carroll ve Shabana, 2010: 90).

Carroll (1979) dört kategoride sınıflandırdığı KSS'yi ilk defa 1979 yılında tasvir etmiştir. Daha sonra Carroll (1991) kurumsal sosyal sorumluluk kavramını bir piramit şeklinde tanımlamaya çalışmıştır (Carroll, 1991: 41-42). Daha sonra zamanın değişmesiyle küresel ekonomi ve toplumların kültürel yapısı değişime uğramış ve haliyle toplumların şirketlerden beklentileri de değişim göstermiştir. Dolayısıyla ekonomik, yasal, etik ve hayırsever/isteğe bağlı sorumluluklarında ne anlama geldiği

zamanla değişebilir ve gelişebilmektedir. Bu doğrultuda Carroll dört kategoriye ayırdığı KSS kavramına farklı bir bakış açısı getirerek günümüz şartları da göz önüne alınarak KSS piramidini yeniden şekillendirme çalışmıştır (Carroll, 2016: 4).

KSS Piramidinin, odak noktasının farklı parçalara değil bütüne odaklandığı bir paydaş perspektifinden görülmesi gerektiği amaçlanmıştır. Piramit, şirketlerin dört bileşeni (ekonomik, yasal, etik, hayırsever) aynı anda yerine getiren kararlar, politikalar geliştirmesi ve ticari faaliyetlerini bu kararlar, politikalar doğrultusunda eylemlere ve uygulamalara dökmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Carroll piramidin, işletmenin sosyal sorumluluklarını tabandan başlayarak sıralı, hiyerarşik bir şekilde yerine getirmesi gerektiği şeklinde yorumlanmaması gerektiğini ifade etmiştir. Aksine, işletmenin tüm sorumlulukları aynı anda bir bütün olarak yerine getirmesi gerektiğini anlatmaktadır (Carroll, 2016: 6). Dolayısıyla Carroll'un kurumsal sosyal sorumluluk piramidinin tüm sorumluluk bileşenleri birbirini tamamlayıcı bir özelliğe sahiptir. Herhangi bir sorumluluk bileşeni diğerlerinden ayrı olarak düşünülemez. Carroll tarafından geliştirilen dört boyutlu KSS piramidi bileşenleri Şekil 1.1' de gösterilmiştir.



Kaynak: Carroll , 2016:5.

Şekil 1. 1. Carroll KSS Piramidi

Ekonomik Sorumluluklar (Economic responsibility): KSS piramidinin ilk bileşeni işletmeler için kar yaratmak olan ekonomik sorumluluktur. Carroll'a (1979:500) göre işletmenin ekonomik sorumluluğu, "toplum yararına mal ve hizmetleri üretmek ve bunları kârla satmaktır". Carroll (2016:2) ekonomik sorumluluğu, işletmelerin iş hayatında ayakta kalabilmelerini sağlayan temel bir bileşen olarak gördüğü için piramidin temeline yerleştirmiştir. İşletmeler, toplumun ihtiyaç duyduğu ve arzulanmış mal/hizmetleri üreten ve satan kurumlar olarak görülür. Bu doğrultuda toplum, işletmelerin faaliyetlerini sürdürmeleri için gerekli olan kârı elde etmelerine olanak tanır. İşletmeler, toplum ihtiyaçlarına değer kattıkları zaman kar elde ederler ve bunu yaparken işletmenin tüm paydaşlarına fayda sağlarlar. Dolayısıyla elde edilen kârlar yeni iş alanlarının yaratılmasına, işletmelerin farklı pazarlara açılmasına imkân sağlayacak ve dolayısıyla yapılan yeni yatırımlar ile yeni istihdam alanlarının oluşumunu sağlayarak topluma fayda sağlayacaktır. Ayrıca ekonomik sorumluluklar, yeni kaynakları, teknolojik gelişmeleri ve ürünleri keşfetmek, kamu ihtiyaçları için vergi ödemek, ekonomik büyüme için gerekli yatırım sermayesini yaratmak gibi ekonomide önemli fonksiyonları yerine getiren en temel bileşendir (Lantos, 2001: 3).

Yasal Sorumluluklar (Legal Responsibility): Yasal sorumluluk, işletmelerin uluslararası, ulusal, bölgesel veya yerel düzeyde yasa koyucular tarafından belirlenen asgari kurallara uyma yükümlülüğü olarak ifade edilir (Carroll, 2016: 3). İşletmelerin ticari faaliyetlerini sürdürürken bu kurallar dâhilinde hareket etmeleri beklenir. Temel kurallar, toplum tarafından benimsenmiş etik kurallar, yasalar ve düzenlemelerden oluşur. Yasal sorumluluklar veya yasal görevler, yasalara uymayı ve oyunu kurallarına göre oynamayı gerektirir. İşletmelerin davranışını düzenleyen yasalar çıkarılmıştır çünkü toplum her zaman işletmelerin doğru olanı yapacağına güvenmez (Lantos, 2001: 4). Yasal sorumluluklar, işletmelere belirli kurallar çerçevesinde iş uygulamalarını adil bir şekilde nasıl yürütebileceklerini belirler. İşletmenin yasal sorumlulukları, faaliyet gösterdiği toplumun yasa ve yönetmeliklerinin işletmelere yüklediği pozitif ve negatif yükümlülüklerdir. Carroll'a göre işletmeler yasal

sorumluluklarını yerine getirirken toplumun işletmelerden bekledikleri önemli yükümlülükleri aşağıdaki şekilde sıralamıştır (Carroll, 2016: 3):

- Devletin ve hukukun beklentilerine uygun tutarlı bir şekilde hareket etmek,
- Yasalara saygılı bir şekilde kurumsal vatandaşlar olarak davranmak,
- Çeşitli ulusal veya yerel düzenlemelere uygun hareket etmek,
- Toplumsal paydaşlara karşı tüm yasal yükümlülüklerini yerine getirmek ve
- Asgari düzeyde yasal gereksinimleri karşılayan mal ve hizmetler sunmak.

İşletmeler bu yükümlülükler, yasalara ve düzenlemelere uyarak kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağlamak, işletmeler tarafından sunulan ürün ve hizmetlerin güvenlik standartlarına sahip olması gibi toplumun çeşitli ihtiyaçlarına cevap vermek ve sürdürülebilir bir ekonomik kalkınma sağlayabilmek için uymak zorundadır.

Etik Sorumluluklar (Ethical Responsibility): KSS piramidinin bu bileşeni tamamen toplumsal beklentilerle ilgilidir. Yönetimin işletmeyi, tüketicileri, çalışanları ve çevreyi etkileyecek ahlaki kararları aldığı sorumluluk bölümüdür. KSS piramidinin bu bileşeni, iş liderlerinin izlemesi ve yönetmesi gereken en zor ve aynı zamanda en önemlilerinden birisidir. Donaldson ve Davis (1991) KSS'yi tanımlarken, yöneticilerin, alınan kararların şirket performansını nasıl etkilediğine bakılmaksızın, “doğru olanı yapmaları” için ahlaki bir zorunluluk olarak ifade etmişlerdir (McWilliams vd. 2006: 8). Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere Donaldson ve Davis KSS'nin çerçevesini işletmelerin topluma karşı duyduğu ahlaki(etik) sorumluluklar doğrultusunda şekillendirdiği açıkça anlaşılmaktadır.

Çoğu toplumun ideal beklentileri, yasaların gerekli olduğunu ancak yeterli olmadığını savunur. Kanun ve yönetmeliklerin gerektirdiklerine ek olarak toplum, işletmelerin işlerini etik bir şekilde yürütmesini bekler. Etik beklentiler, yasaların rehberlik etmediği veya eylem planlarını dikte etmediği durumlarda bile işletmelerin işlerini adil ve objektif bir şekilde yürütmeleridir. Bu nedenle, etik sorumluluklar, kanunla tanımlanmamış olsa bile tüketicilerin, çalışanların, hissedarların ve tüm paydaşların adil olarak gördükleri standartları, normları, değerleri, manevi hakları veya beklentileri içerir (Carroll, 1991: 41). Temelde, etik sorumluluklar, bir şirketin

yasal sorumluluklarının ötesine geçen sosyal hedefleri teşvik etmek ve sürdürmek için gönüllü eylemleri ifade eder.

Etik sorumluluk, işletmelerin topluma karşı duyduğu etik görevlerini yerine getirmeyi içerir. Etik görevler, ahlaki olmayı, doğru olanı yapmayı ve adil olmayı gerektirir. Bu doğrultuda işletmeler insanların manevi haklarına saygı duymayı ve başkalarının neden olduğu zararların önlenmesinin yanı sıra kendi faaliyetleri sonucunda doğacak zararlardan da kaçınmayı ifade eder. Bu aynı zamanda, bir işletmenin belirli bir eylemi gerçekleştirirken bir kişi veya gruba karşı ahlaki sorumluluğunu ifade eder (Lantos, 2001: 4). Yapılan açıklamalar neticesinde işletmeler faaliyetlerini sürdürürken onlardan beklenen etik sorumluluklar şunları içermelidir (Carroll, 2016: 3):

- Toplumsal ahlaki değerler ve beklentiler ile tutarlı bir şekilde hareket etmek,
- Toplum tarafından benimsenen yeni veya gelişen etik/ahlaki normları tanımak ve bunlara saygı duymak,
- İş hedeflerine ulaşmaya çalışırken etik normların veya standartların bozulmasını önlemek,
- Ahlaki veya etik açıdan bekleneni yaparak iyi kurumsal vatandaş olmak,
- Ahlaki değerlerin veya etik davranışların, yasa ve yönetmeliklere uymanın ötesine geçtiğini kabul etmek.

Hayırsever/İsteğe Bağlı Sorumluluklar (Philanthropic Responsibility): KSS Piramidinde ekonomik, yasal ve etik sorumluluktan sonra gelen ve piramidin en üst kategorisinde bulunan hayırsever ya da isteğe bağlı sorumluluklar gelir. Hayırsever yâda literatürde isteğe bağlı/gönüllülük olarak adlandırılan sosyal sorumluluklar, toplumun refahını ve yaşam kalitesini iyileştirmeyi amaçlayan tüm felsefeleri, politikaları, prosedürleri ve eylemleri içerir. Aynı zamanda işletmelerin sahip olduğu temel kurumsal yetkinliklerin toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda kullanılmasını ifade eder (Lantos, 2001: 21). Carroll (1991:42) hayırsever/isteğe bağlı sorumluluğu; “İşletmelerin iyi kurumsal vatandaşlar olarak, toplumun beklentilerine yanıt veren kurumsal eylemlerini kapsar. Bu, toplumun refah düzeyini artırmak için işletmelerin toplumdan kazandığını, topluma geri verme eylemlerini içerir” şeklinde tanımlamıştır.

Hayırsever/isteğe bağlı sorumluluklar, hissedarların ve yöneticilerin zorunlu olmayan, yasaların gerektirmediği ve genellikle etik anlamda işletmelerden beklenmeyen sosyal faaliyetlere katılma arzusu olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda hayırseverlik bir işin zorunlu görevi veya sosyal sorumluluğu olarak değil, yalnızca arzu edilen veya görevin gerektirdiğinin ötesinde bir şey olarak kabul edilir (Schwartz ve Carroll, 2003: 505). Bu doğrultuda hayırseverlik faaliyetleri doğası gereği tamamen gönüllülük esasına dayanan, işletmelerin yasalarca zorunlu kılınmayan ve genellikle toplum yararına sosyal faaliyetlere katılma arzusu olarak ifade edilebilir.

Hayırsever sorumluluk anlayışı 19. dokuzuncu yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında başladığı söylenebilir. Bu dönemde fabrikaları yoksulluk, suç ve çocuk işçiliği gibi sosyal sorunların kaynağı olarak eleştiren birkaç girişimci, servetlerinin bir kısmını hayırsever girişimleri desteklemek için kullanmıştır. Bu iş adamlarından bazıları, çalışanları için klinikler, yemek ve dinlenme odaları inşa ederek, çocuk esirgeme kurumlarına para bağışlayarak ve diğer benzer faaliyetlerle iş dünyası ile toplum arasındaki ilişkilerini güçlendirmeye çalışmıştır. Bu dönemde araba üreticisi George Pullman gibi diğer hayırsever girişimciler, bir adım daha ileri giderek, çalışanları için birçok gelişmiş olanaklara sahip yeni model endüstriyel topluluklar yarattı. Örneğin Ford Company, çalışanlarının çalışma saatlerini azaltma, maaşlarını artırma gibi çeşitli faaliyetlerde bulunulmuştur. Bu tür sosyal faaliyetler ve bireysel girişimler, KSS'nin hayırsever/isteğe bağlı sorumluluğun yolunu açmıştır (Brin ve Nehme, 2019: 8). Günümüzde de bu tür hayırsever sorumlulukların uygulandığı çok sayıda ulusal/uluslararası hayırsever girişimlere rastlamak mümkündür.

Özetle kurumsal hayırsever faaliyetler, sosyal ve çevresel refah programlarına hizmet etmek için fon, mal ve hizmet bağışını içerir. Bir yönetici veya hissedarın kurumsal hayırseverliğe aktif katılımı, toplum refahını ve paydaşların memnuniyetini artırabilir. İşletmeler tarafından toplum yararına yapılan tüm hayırsever/isteğe bağlı faaliyetler, işletmelerin yeni müşteriler çekmesine, kurumsal itibar kazanmasına, rekabetçi piyasada marka imajının güçlenmesine ve gelecekte karlılık oranlarının artmasına olanak sağlayabilir (Nega, 2017: 21-22).

1.5.KSS ile İlişkili Benzer Kavramlar

İşletmelerin topluma ve paydaşlara karşı sorumlulukları tartışmalı olsa da KSS tarihi boyunca çok sayıda kurumsal sosyal sorumluluğu tamamlayıcı benzer kavramlar ve terimler ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar tarafından özellikle iş dünyasının ve toplumun özünü yakalamak için yeni terimlerin, kavramların ortaya çıkmasına zemin hazırlamışlardır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı çerçevesinde ortaya çıkan yeni kavramlar büyük şirketler veya gözlemci grupları tarafından benimsenerek çoğu durumda, popüler hale gelmiş ve daha sonra dikkate değer kavramlar olarak KSS sözlüğünün kalıcı bir parçası olmuşlardır (Carroll, 2015: 90). Daha önce değindiğimiz KSS tarihine baktığımız da özellikle 1970 ve 80’lerde kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı doğrultusunda yeni kavramların ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Küresel çapta yaşanan ekonomik gelişmeler, piyasalarda yaşanan rekabet koşulları ve sivil toplum örgütlerinin giderek artan rolü, ticari işletmelerin artık geleneksel rolleri olan kâr sağlamayı bir kenara bırakmalarını sağlayarak işletmelere ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan sürdürülebilir bir şekilde hareket etmeleri için baskı oluşturmaya başlamıştır.

Günümüz işletmeleri kurumsal sosyal sorumluluk kavramına stratejik açıdan yaklaşmakta ve KSS’yi bir rekabet avantajı unsuru olarak görmektedirler. Bu açıdan akademik çalışmalara bakıldığında günümüz işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk kavramı aracılığı ile ciddi kazanımlar sağlayacağı konusunda hemfikirdirler. Örneğin, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri aracılığıyla işletmelerin ekonomik karlılığı bir tarafa bırakarak topluma fayda sağlayan girişimlerde bulunulması işletme kurum imajı güçlendirdiği ve elde edilen kurum imajı ile müşterilerde marka tercihinin ön plana çıkmasını sağladığı açıkça ortadır. Ayrıca günümüzde işletmeler, KSS’yi pazarlama, halkla ilişkiler ve insan kaynakları ile yakından ilişkilendirmektedir. Bu ilişkilendirmeler sonucunda KSS, toplumda marka bilinirliği ve en iyi yetenekleri çekmede öncü bir rol oynadığı söylemek mümkündür. Bu durumda kurumsal sosyal sorumluluk kavramı işletmeler tarafından farklı uygulamalar ve alanlarda kullanılması, KSS’nin değişik çevrelerce farklı algılanmasını sağlamıştır. Bu durumu Votaw (1972), “Kurumsal sosyal sorumluluk, herkes için her zaman aynı şeyi ifade etmektedir. Bazılarına göre yasal sorumluluk iken, diğerleri için etik anlamda sosyal sorumluluk davranışı, birçoğu içinse hayırsever sorumluluk ile özdeşleştirilmektedir” olarak ifade etmektedir. Buda kurumsal sosyal

sorumluluğun farklı açıdan farklı terimlerle ifade edilmesini sağlamıştır (Garriga ve Mele, 2004: 52). Dolayısıyla KSS tarihi boyunca kavramsal olarak yaşanan değişimler sonucunda işletmelerin ve araştırmacıların kurumsal sosyal sorumluluk anlayışlarının değiştiğini ve bu değişim sonucunda KSS ile ilgili ortaya yeni bir takım tamamlayıcı ve benzer uygulamaların/kavramların çıktığını söylemek mümkündür (Aktan ve Börü, 2007: 13). İster iş dünyasında olsun ister akademik camiada olsun, karşımıza çıkabilecek bu kavramlar ciddi bir şekilde önem kazanmıştır. Bu kavramların tanımları birbirinden farklı olsa da veya birbirleri yerine kullanılsa da aslında hepsi de kurumsal sosyal sorumluluğun özünü anlatmaktadır (Carroll, 2015: 90).

İşletme ve sosyal bilimler alanında literatür incelendiğinde KSS ile benzer çok sayıda farklı terim ve kavramların varlığına rastlanılabilir (Valor, 2005: 191). Fakat günümüze kadar ulaşmış ve en çok ön plana çıkan tamamlayıcı ve benzer kavramlar; iş etiği, kurumsal sosyal performans, kurumsal vatandaşlık, kurumsal sürdürülebilirlik ve paydaş yönetimi gibi kavramların olduğunu söylemek mümkündür. Bu kavramların içerik ve farklılıklarını ortaya koymak için aşağıda bu kavramlar kısaca özetlenmiştir.

1.5.1. İş Etiği

KSS tarihi boyunca toplumda, iş dünyasında ve akademik camiada etik konular yüzyıllardır tartışılmaktadır, fakat 1980'lerden itibaren iş etiği alanı şekillenmeye başlamıştır. Bunun başlıca nedeni, dünyada ortaya çıkmaya başlayan etik skandallar ve bu skandallar çerçevesinde hem araştırmacıların hem de iş dünyasındaki yöneticilerin topluma zarar veren bu skandalların farkına varmalarıydı (Carroll ve Brown, 2018: 49). 1984'te Hindistan'da meydana gelen Bhopal skandalı ve 1986'da yaşanan Çernobil nükleer felaketi gibi skandallar iş etiği kavramının oluşmasına zemin hazırlayarak konunun gelişmesine olanak sağlamıştır. Daha sonra 2000'lerde Amerika'da (Enron, Worldcom ve Tyco) ve Avrupa da (Parmalat, Ahold ve Adecco) meydana gelen skandallar iş etiğinin genişlemesini sağlayarak, toplum ve iş dünyası nezdinde iş etiği kavramının daha çok önem kazanmasına neden olmuştur (Doğan, 2008: 194). Bu doğrultuda dünyada ortaya çıkan bu vb. etik skandallar iş etiği kavramının ve alanın büyümesinde etkili rol oynamıştır.

Etik teriminin farklı kullanımları, iş etiği tartışmalarına da yansarak bu kavramın literatürde farklı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmasına

yol açmıştır. Genel olarak iş etiği, iş dünyasında doğru ve yanlış davranışlar olarak ifade edilmektedir. İş etiği ekonomiye ve iş dünyasına sağladığı imkânlar doğrultusunda yöneticilerin ve paydaşların doğru seçimler yapmasında yol gösterici ilke ve değerler olarak ele alınmaktadır (Bektaş ve Köseoğlu, 2008: 146). De George (1987) yaptığı tanıma göre iş etiği, etik davranışların ve iş dünyasının etkileşimi sonucunda oluşan bir yapıdır. Bu yapının merkezinde ahlaki standartlar, değerler, ilkeler ve normların yer aldığını ifade etmiştir (Lyra, De Souza verdinelli ve Lana, 2017: 732). Carroll etik sorumluluklar kapsamında iş etiğini “kanunla tanımlanmamış tüketicilerin, çalışanların, hissedarların ve tüm paydaşların adil olarak gördükleri standartları, normları, değerleri, manevi hakları veya beklentiler” olarak ifade etmektedir (Carroll, 1999: 41). Epstein (1987) iş etiğini, “kişisel ve kurumsal iş eyleminin ahlaki önemi ve bunun toplumsal paydaşlar üzerindeki sonuçlarıyla ilgili sistematik, değer temelli bir yansıması” olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde, Malachowski (2001) iş etiğini “ticari hayatın karmaşasından uzak duran ve iş davranışları için tarafsız etik standartlar oluşturmaya çalışan eleştirel, normatif bir disiplin” olarak tanımlamıştır (Fisher, 2004: 400). Kilcullen ve Ohles Kooistra (1999) iş etiğini “hükümetlerin ortaya koyduğu yasalara itaat etmenin ötesinde şirketlere atfedilebilecek ahlaki yükümlülük derecesi” olarak tanımlamışlardır (Marrewijk, 2003: 104).

Yapılan tanımlar doğrultusunda iş etiği hakkında kesin ve tek bir tanımlı olduğunu söylemek mümkün değildir. Pek çok durumda, kurumsal sosyal sorumluluk ve iş etiği terimleri birbirinin yerine kullanılmıştır, bu nedenle aslında farklı olup olmadıkları akademik literatürde hiç bitmeyen bir tartışma olmuştur. KSS kavramının daha çok kurumsal veya iş düzeyinde eylemleri ifade ederken, iş etiği daha çok iş organizasyonu çerçevesindeki bireysel davranış ve eylemlerle ilgilidir (Carroll ve Brown, 2018: 49). Bu durumda iş etiği genel olarak, iş bağlamında neyin doğru veya neyin yanlış olduğunu belirleyen, bireysel ve kurumsal eylemleri yönlendiren etik standartlar olarak ifade etmek mümkündür.

1.5.2. Kurumsal Sosyal Performans (KSP)

1980'ler ve 1990'lar, kurumsal sosyal performans konusunda teorik tanımlamaların ortaya çıktığı ve daha fazla araştırma konusu olduğu dönemler olarak

kabul edilmektedir. İlk olarak “kurumsal sosyal performans” kavramını ortaya atan Carroll (1979), üç boyutlu bir “kurumsal performans” modeli geliştirmiştir. Bu modelde Carroll sosyal sorumluluğun temel tanımını, sosyal sorumluluğun var olduğu konuların bir listesi ve sosyal konulara ait tanımlamaların felsefi bir sentezini yapmıştır (Garriga ve Mele, 2004: 60). Daha sonra Carroll, iş dünyasının topluma karşı sahip olduğu bir dizi yükümlülüğün ekonomik, yasal, etik ve hayırsever sorumluluk kategorileri içermesi gerektiğini öne sürmüştür ve bunları bir “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi” ne dâhil etmiştir (Mele, 2008: 3). Piramidin en altından başlayarak işletmelerin söz konusu sorumluluklar kapsamında sosyal açıdan başarılı olup olmadıkları kurumsal sosyal performansın bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Kurumsal sosyal performans kavramı (KSP), elde edilen sonuçlara daha çok vurgu yapan gerçek sonuçlara odaklanan KSS kavramının bir uzantısıdır. Kurumsal sosyal performans kavramının gelişimi, KSS kavramı ile paralel olarak, ancak biraz daha farklı bir vurguyla gerçekleşmiştir. KSP’deki performansın odağı, önemli olanın şirketlerin gerçekte başarılı olup olmadıklarını ifade etmektedir. Yani KSS girişimlerinin sonuçları toplumsal açıdan katkı sağlayıp sağlamadığı veya bu sonuçların sosyal bir soruna yanıt verip vermediğini amaçlamaktadır (Carroll, 2018: 7). Literatürde kurumsal sosyal performans kavramına ilk tanımlama 1979 yılında Carroll tarafından yapılmıştır. Carroll burada KSP’yi bir model üzerinden açıklayarak hem akademisyenler hem de yöneticiler için yararlı olmasını amaçlamıştır (Carroll, 1979: 502). Carroll’a göre kurumsal sosyal performans, “bir firmanın sosyal sorumluluklarının değerlendirilmesini, ele alması gereken sosyal konuların tanımlanmasını ve bu konulara ait bir yanıt felsefesinin seçilmesi” olarak ifade etmektedir. Daha sonra Wartich ve Cochran (1985) KSP anlayışı Carroll yaklaşımı ile aynı olduğu, ilave olarak kurumsal sosyal katılımın sosyal sorumluluk ilkelerine, sosyal duyarlılık sürecine ve sorunların yönetimi politikasına dayandığını öne sürerek kurumsal sosyal performans yaklaşımını genişletmişlerdir (Garriga ve Mele, 2004: 60). Kurumsal sosyal performans anlayışına önemli bir katkı Donna J. Wood tarafından gelmiştir. KSS ilkeleri, kurumsal sosyal sorunlara yanıt verme süreçleri ve kurumsal davranışın sonuçlarından oluşan bir kurumsal sosyal performans modeli sunan Wood (1991) ile KSP’ye yeni bir bakış açısı getirmiştir (Garriga ve Mele, 2004:

60). Wood'un modeli KSS'nin ilkeleri, kurumsal sosyal duyarlılık süreçleri ve kurumsal davranışın sonuçları olmak üzere üç kategoriden oluşmaktadır. Bu modelde KSS'nin ilkelerini, kurumsal, örgütsel ve bireysel ilkeler; kurumsal sosyal duyarlılık süreçlerini, çevresel değerlendirme, paydaş yönetimi ve sorun yönetimi; kurumsal davranışın sonuçlarını ise, sosyal etkiler, sosyal programlar ve sosyal politikalar oluşturmaktadır (Wood, 1991: 695). Bu açıdan bakıldığında Wood, kurumsal, örgütsel ve bireysel seviyelerde KSS'yi değerlendirmek için bir model geliştirdiğini söylemek mümkündür.

1.5.3. Kurumsal Vatandaşlık

1980'lerde “kurumsal vatandaşlık” terimi araştırmacılar aracılığıyla iş ve toplum ilişkisinde incelenmeye başlanmıştır. 1990'ların sonlarından itibaren bu terim iş dünyasında gittikçe daha popüler hale gelerek daha fazla akademik çalışmalara konu olmuştur. 1990'ların sonlarında ve 2000'lerin başlarında araştırmacılar bir şirketin bir kişiye eşdeğer statüye sahip bir varlık olduğu görüşünü güçlendirerek kurumsal vatandaşlık kavramını daha da geliştirdiler ve bu terimin ticari faaliyetlerin daha geniş sosyal hesap verebilirlik anlayışı doğrultusunda kullanılması gerektiğini savunmuşlardır (Valor, 2005: 193). Bu dönemlerde ve sonrasında kurumsal vatandaşlık geleneksel anlamından kayarak daha da geniş bir anlam kazandı ve bu kavram sıklıkla KSS'ye eşdeğer bir terim olarak kullanılmaya başlandı (Mele, 2008: 15).

Çok sayıda akademik çalışmalara konu olan kurumsal vatandaşlık terimi araştırmacıların farklı bakış açıları doğrultusunda şekillenmiştir. Bu açıdan bakıldığında kurumsal vatandaşlık kavramı herkes için aynı anlamı ifade etmediğini söylemek mümkündür. Örneğin Carroll (1991) kurumsal vatandaşlık terimini iki farklı şekilde değerlendirmiştir. Carroll için iyi bir kurumsal vatandaş olma, “insan refahını iyileştirmek amacıyla aktif olarak eylemlere veya programlara katılmayı” içerir. Ayrıca Carroll için iyi bir küresel kurumsal vatandaş olmak, hayırseverlikle ilgilidir. Yani küresel toplumun, iş dünyasının yasalarca zorunlu kılınmayan veya genel olarak etik anlamda işten beklenmeyen sosyal faaliyetlerde bulunacağına ilişkin beklentilerini yansıtan sorumluluk olarak ifade etmiştir (Mele, 2008: 69; Carroll, 1991: 42). Ayrıca Carroll (1998) iyi bir kurumsal vatandaşlığın geniş yelpazesinin

ekonomik, yasal, etik ve hayırsever olmak üzere dört yüzü olduğunu belirtmiştir. Her bir yüz veya sorumluluk bütüne katkıda bulunan önemli bir bileşendir. Ekonomik yüz, işletmelerin karlı olmalarını, ekonomik sorumluluklarını yerine getirmeyi; yasal yüz, işletmelerin yasalara uyarak yasal sorumlulukları yerine getirmeyi; etik yüz, işletmelerin etik davranışlarda bulunarak etik sorumluluklara duyarlı olmayı; hayırsever yüz, işletmelerin toplumdan aldıklarını topluma geri vererek kurumsal katkılarda bulunmayı ifade etmektedir (Carroll, 1998: 1-2). Wood vd. (2006) küresel anlamda kurumsal vatandaşlığı, işletmelerin haklarını sorumlu bir şekilde kullanan, ulusal ve kültürel sınırların ötesinde görevlerini bireylere, paydaşlara ve içindeki toplumlara sorumlu bir şekilde uygulayan ticari bir girişim olarak tanımlamışlardır. Burada küresel boyut, şirketlerin davranışlarını, politikalarını ve uygulamalarını toplum yapısını dikkate alarak dünyanın farklı bölgelerine nasıl uyarlamaları gerektiğini ele aldığından kurumsal vatandaşlık terimi daha da çekici bir hale gelmiştir (Carroll ve Brown, 2018: 52).

Yapılan açıklamalar çerçevesinde kurumsal vatandaşlık, bir şirketin topluma karşı sorumluluklarını ifade eder. Kurumsal vatandaşlıkta amaç topluluklar için daha yüksek yaşam standartları ve yaşam kalitesi sağlamak, ayrıca paydaşlar için karlılığı sürdürmektir. İşletmeler, paydaşlarının oluşturduğu ekonomik, yasal, etik ve ihtiyari sorumlulukları üstlenir. Tüm işletmelerin temel etik ve yasal sorumlulukları vardır; ancak, en başarılı işletmeler, hissedarların ihtiyaçları ile çevredeki toplumun ve çevrenin ihtiyaçları arasında bir denge oluşturarak güçlü bir kurumsal vatandaşlık temeli oluşturur. Bu temel, tüketicileri çekmeye, marka, çalışan ve müşteri bağlılığı oluşturmaya yardımcı olacaktır.

1.5.4. Kurumsal Sürdürülebilirlik

21. yüzyılda popüler hale gelen bir başka değer temelli kavram “kurumsal sürdürülebilirlik (KS)” kavramıdır. Bu kavram kurumsal düzeyde değil, makro düzeyde geliştirilmiş olsa da ilgili bir kurumsal katkıyı talep etmektedir. Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı günümüzde iş dünyasının en acil görevlerinden biri haline geldi ve KS şirketler tarafından sosyal sorumluluk arayışlarını tanımlamak için giderek daha fazla benimsenmeye başladığını söylemek mümkündür. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile ilişkili diğer kavramlar gibi, sürdürülebilirlik kavramı da

akademik camiada onlarca farklı tanımla karşılaşmıştır. Bazı eleştirmenler, kavramın hala biraz belirsiz ve anlaşılması güç olduğunu söyleseler de pek çok işletmenin ve akademik topluluğun KS kavramının benimsenmesini engelleyemedi (Carroll ve Brown, 2018: 51).

Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı, Birleşmiş Milletler tarafından oluşturulan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nca yayınlanan "Ortak Geleceğimiz (Brundtland-1987) Raporu"nda yaygın bir şekilde kullanılmış ve ayrıntılı bir biçimde işlenmiştir (Garriga ve Mele, 2004: 61). Bu raporda sürdürülebilir kalkınma, "gelecek nesillerin de kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılama" şeklinde ifade edilmiştir. Bu rapor başlangıçta yalnızca çevresel faktörleri içermesine rağmen, "sürdürülebilir kalkınma" kavramı, o zamandan beri sosyal boyutun kalkınmadan ayrılmaz olarak değerlendirilmesini içerecek şekilde genişlemiştir. Daha sonra Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi (2000) ekonomik boyutu da dikkate alarak, sürdürülebilir kalkınma, uzun vadede dengeli kararlar vermek için sosyal, çevresel ve ekonomik hususların entegrasyonunu gerektirdiğini ifade etmiştir (Garriga ve Mele, 2004: 61). Kurumsal sürdürülebilirlik kavramına önemli bir katkı 1994 yılında, ünlü İngiliz yönetim danışmanı ve sürdürülebilirlik gurusu John Elkington tarafından gelmiştir. Elkington sürdürülebilirlik kavramını geliştirdiği "Triple Bottom Line" modeliyle açıklamaya çalışmıştır. Modelde ekonomik (kazanç), sosyal (insan) ve çevresel (evren) olmak üç bileşen yer almaktadır. Elkington bu modelde, şirketlerin kâra odaklandığı kadar sosyal ve çevresel kaygılara da odaklanmaları gerektiğine inanmaktadır. Burada ana fikir, bir şirketin sadece para kazandıran değil, aynı zamanda insanların yaşamlarını ve evreni iyileştiren bir şekilde yönetilebileceğiydi. Ekonomik bileşen, firmanın finansal gelir ve varlıklar da dâhil olmak üzere maddi zenginlik yaratması anlamına gelir. Burada vurgu kazanç üzerinedir. Sosyal bileşen, insanların yaşamlarının kalitesi ve insanlar, topluluklar ve uluslararasıdaki eşitlikle ilgilidir. Burada vurgu insanlar üzerindedir. Çevresel bileşen, doğal çevrenin korunması ile ilgilidir. Burada vurgu evren üzerinedir (Carroll ve Brown, 2018: 50). Sürdürülebilirlik, işletmelerin gelecekteki faaliyetleri sonucunda doğacak kısa vadeli kazançlar yerine, uzun vadede topluma fayda yaratan çevresel, sosyal ve insani kararlar almaya teşvik eder. Bu doğrultuda kurumsal sürdürülebilirlik, yalnızca ekonomik kar değil aynı zamanda

sosyal fayda sağlayan ve gün geçtikçe daha fazla önem kazanan bir kurumsal sosyal sorumluluk kavramıdır.

1.5.5. Paydaş Yönetimi

Paydaş yönetimi yaklaşıımı, genel duyarlılığa, belirli konulara veya kamusal sorumluluk ilkelerine odaklanmak yerine, “paydaşlara” veya kurumsal politika ve uygulamaları etkileyen veya bunlardan etkilenen kişilere yöneliktir. Paydaş yönetimi uygulaması tarihte uzun bir geçmiş e sahip olmasına rağmen, akademik gelişimi 1970'lerin sonunda başladığını söylemek mümkündür. Paydaş yönetimi, şirkette pay sahibi olan grupları yönetimsel karar alma sürecine entegre etmeye çalışır (Garriga ve Mele, 2004: 59). Paydaş yönetimi bir işletmede pay sahibi veya üzerinde hak iddia eden bireyleri veya grupları dikkate alır. Bu doğrultuda, paydaşlar, kurumsal eylemlerden yararlanan veya bunlardan zarar gören gruplar ve bireyler olduğunu söylemek mümkündür (Mele, 2008:10).

Paydaş yönetimi ve teorisi konusunda literatüre önemli katkı sağlayan araştırmacıların başında Edward Freeman gelmektedir. Freeman 1984 yılında kaleme aldığı kitabında, işletmenin amaç ve misyonunu paydaş teorisinin temeline yerleştirdiği ve paydaş yönetimini stratejik planlamaya bağlayarak anlatmaya çalışmıştır. Freeman (1984) kitabında “Biz (işletmeler) kimi temsil ediyoruz, kimi destekliyoruz” sorusuna cevap aramaya çalışmış ve farklı araştırmacıların çeşitli tanımlamalarına karşın halen geçerliliği devam eden paydaş yönetiminin temelini oluşturmuştur (Ertuğrul, 2008: 205-206). Freeman'ın paydaş yönetimi teorisi, bir işletmenin gerçek başarısının, yalnızca hisselerinden kar elde edebilecekleri ile değil, aynı zamanda tüm paydaşlarını tatmin etmekte yattığını ne sürüyor. Ayrıca Freeman (1987) göre paydaş yaklaşıımı, kuruluşların yalnızca hissedarlarına karşı sorumlu olmadıklarını, aynı zamanda bir kuruluşun hedeflerine ulaşmasını etkileyebilecek veya bundan etkilenebilecek çok sayıda paydaş çıkarımı dengelemesi gerektiğini belirtir (Marrewijk, 2003: 96). Freeman bir şirketin paydaşlarının çalışanlar, müşteriler, topluluk yeleri, rakipler, satıcılar, yükleniciler ve hissedarlar gibi kişileri içerdiğini aynı zamanda bankalar, devlet kurumları, gözetim kuruluşları gibi kurumlarında olabileceğini öne srmştur.

Son zamanlarda, işletmeler sivil toplum örgütleri (STK'lar), aktivistler, topluluklar, hükümetler, medya ve diğer kurumsal güçler tarafından baskı altındadır. Bu gruplar kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında gördükleri uygulamaları talep etmektedir. Günümüzde bazı işletmeler geniş bir paydaş yelpazesıyla diyalog kurmak için KSS sorumluları veya departmanları oluşturarak sosyal taleplere cevap vermeye çalışmaktadır (Carroll ve Brown, 2018: 50). Bu doğrultuda işletmeler uzun vadede başarı sağlayabilmek ve sürdürülebilir rekabet avantajı yaratmak için paydaş yönetimini kavramını anahtar bir faktör olarak gördüklerini söylemek mümkündür.

1.6.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının gelişimini temsil eden çok sayıda bilimsel araştırma ve uygulama, farklı kurumsal sosyal sorumluluk modellerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Aşağıda, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimine katkıda bulunan ve akademik literatürde en sık kullanılan temel KSS modelleri özetlenmektedir.

1.6.1. Keith Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli

Toplunun refahını korumak ve iyileştirmek için iş dünyasının dâhil olabileceği farklı ve çok sayıda sosyal sorumluluk alanları bulunmaktadır. Tüketici ilişkileri, müşteri ilişkileri, istihdam uygulamaları, çevreye ve sağlık hizmetlerine yönelik uygulamalar bu alanların başında gelmektedir. Çok sayıda işletme sosyal olarak sorumlu faaliyetlerde bulunsada bu tür sosyal katılımların iş dünyasında ve akademik literatürde gerekli veya uygun olup olmadığı tartışma konusu olmuştur. Sosyal olarak sorumlu faaliyetler gerçekleştiren işletmelerin lehinde ve aleyhinde çok sayıda kanıt bulunmaktadır. İş dünyasında sosyal sorumluluk lehinde ve aleyhinde geçerli kanıtlar olmasına rağmen Keith Davis (1973), iş dünyasında yer alan büyük kurumların toplum yararına ve toplumun refah düzeyini artırıcı önemli sosyal sorumluluk uygulamalarına katılmak istediklerini ifade etmiştir (Davis, 1973: 321).

Keith Davis tarafından geliştirilen kurumsal sosyal sorumluluk modeli, işletmelerin toplumun ve örgütün refahını koruyan ve iyileştiren sosyal yükümlülüklerine neden ve nasıl uyması gerektiğini beş varsayım ile açıklamaktadır:

Varsayım 1: *Sosyal sorumluluk, sosyal güçten doğar. İşletmeler toplumsal ve çevresel konular üzerinde doğrudan veya dolaylı bir etkiye sahiptir. Bu konularda oluşabilecek herhangi bir olumsuz durumda işletmeler sorumlu tutulacaktır. Dolayısıyla bu varsayım işletmelerin toplumsal ve çevresel konular üzerinde önemli bir güç ve etkiye sahip olduğu anlayışından gelmektedir.*

Varsayım 2: *İşletmeler, toplumdan girdileri açık bir şekilde alan ve toplumsal faaliyetlerini kamuya açık bir şekilde açıklayan, açık bir sistem olarak faaliyet göstermelidir. Kurum toplum temsilcilerini dinlemeli ve dikkate almalıdır, buna karşılık toplumda işletme ile ilgili raporlara ilgi duymalıdır. Bu varsayım işletmelerin ve toplumun, her iki tarafında sürekli ve açık bir şekilde iletişim içinde olmalarını ifade etmektedir.*

Varsayım 3: *Bir faaliyetin, ürünün veya hizmetin sosyal maliyetleri ve faydaları kapsamlı bir şekilde hesaplanmalı ve faaliyete devam edip etmemeye karar verirken bu unsurlar dikkate alınmalıdır. İşletmeler faaliyetlerine başlamadan önce ekonomik açıdan sağlayacağı faydaları hesaplamalı, kısa ve uzun vadede sağlayacağı sonuçları düşünmeli, oluşabilecek olağandışı durumlarda risk analizini hesaplayarak tüm fizibilite çalışmalarını detaylandırmalıdır.*

Varsayım 4: *Her bir faaliyet, ürün veya hizmet ile ilgili sosyal maliyetler tüketiciye aktarılmalıdır.*

Varsayım 5: *Kurumsal vatandaş olarak işletmelerin normal faaliyet alanları dışında toplum yararına yönelik belirli sosyal sorunlarla ilgilenmelidir. Bu varsayım işletmelerin toplumda var olan bir sosyal sorunun çözümü ve iyileştirilmesi için çabalarda bulunulması gerektiğini savunmaktadır. Ayrıca bu varsayım kurumların hayırseverlik/isteğe bağlı çabaları sonucunda doğrudan katılabileceği ve dolaylı olarak gerçekleştirebileceği faaliyetleri kapsamaktadır.*

Davis (1973), KSS'yi bu model kapsamında, ekonomik hedefler ile toplumsal refah arasında bir dengeye ulaşmak için işletmelerin gönüllü olarak bulunduğu faaliyetler olarak tanımlamıştır. Davis sosyal sorumluluğu sosyal güçle eşitledi ve toplum yararına olan sosyal sorumluluklardan kaçınmanın iş gücü kaybına ve toplumda itibarsızlaşmaya yol açabileceğine inanıyordu. Böylece toplumda marka

imajının düşeceğini ve zamanla işletmelerin yok olacağını savunmaktaydı. Bunun aksine, sosyal açıdan sorumlu iş kararlarını toplumun değerlerine uygun hale getirmek, işletmeler için uzun vadeli ekonomik kazançlarla sonuçlanabileceğini savunmaktaydı (Carroll, 1999: 272).

1.6.2. Prakash Sethi'nin Kurumsal Sosyal Performans Modeli

“Sosyal sorumluluk” kavramına önemli katkıları olan bir diğer kişi S. Prakash Sethi (1975) idir. İlk olarak 1975'te KSS alanında araştırmalarda bulunan Prakash Sethi, “*Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework*” adlı çalışmasında Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) ve Kurumsal Sosyal performans (KSP) kavramları arasında analitik bir inceleme yaparak bu iki kavram arasında farklılıkları ortaya koymuştur. Yapılan bu farklılık neticesinde Sethi kurumsal sosyal performansı üç boyuta ayırarak tanımlamıştır. Sethi KSP boyutları toplumun kültürel değerlerine bağımlı olduğunu ve zaman içinde belirlenmesi gerektiğine inanmaktadır. Bu doğrultuda işletmelerin faaliyetleri farklı koşullarda ve kültürlerde sosyal açıdan sorumlu kabul edilmekle birlikte; farklı zamanlarda, başka kültürlerde ve farklı koşullarda topluma karşı sorumsuz kabul edilebilir (Sethi, 1975: 59).

Sethi (1975) KSP boyutlarını kurumsal davranış çerçevesinde incelenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu doğrultuda Sethi kurumsal davranışı sosyal ihtiyaçlara uyarlayarak *sosyal yükümlülük*, *sosyal sorumluluk* ve *sosyal duyarlılık* şeklinde üç boyutta ele almıştır. Ona göre kurumsal davranış, sosyal yükümlülük, sosyal sorumluluk veya sosyal duyarlılık olarak tanımlanmıştır (Castelo, 2013: 602). Prakash Sethi (1975)'nin kurumsal sosyal performans boyutları aşağıda kısaca özetlenmiştir:

Sosyal Yükümlülük: İşletmeler girişimcilik faaliyetlerini, piyasanın ve yasaların getirdiği gereklilikler çerçevesinde sürdürülmelidir. Şirketin çabaları tamamen ekonomik ve yasalara uygun niteliktedir. Bu yaklaşımın doğası yasaklayıcı ve kısıtlayıcı niteliktedir.

Sosyal Sorumluluk: Sosyal sorumluluk, sosyal yükümlülük çerçevesinin ötesine geçer. Bu yaklaşımda işletmeler kamunun beklentilerini, sosyal değerleri ve normları karşılamaya çalışmaktadır. Ayrıca işletmeler hem ekonomik hem de toplumsal hedeflere sahip olmalıdır. Bu yaklaşım, sosyal normlara, değerlere ve kamu

beklentilerine uygun olduğu ve esasen kuralcı bir kavram olarak görüldüğü söylenebilir.

Sosyal Duyarlılık: Sethi, sosyal duyarlılık kavramını tanımlarken, dinamik bir sosyal sistemde kurumsal davranışın sosyal ihtiyaçlara göre uyarlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Sosyal duyarlılık ekonomik ve toplumsal hedeflerin ötesinde, gelecekteki sosyal sorunları önceden tahmin etme ve bunların ortaya çıkmasını önlemek için aktif olarak çalışma yükümlülüğüdür. Sosyal duyarlılık, KSS uygulamalarını gerçekleştiren herhangi bir firmanın ulaşmak istediğı en yüksek seviyedir. Bu yaklaşımın doğası gereğı önleyici bir yapıya sahip olduğunu söylemek mümkündür (Castelo, 2013: 602).

1.6.3. Archie B. Carroll'un Üç Boyutlu Sosyal Performans Modeli

Carroll birçok sosyal sorunun kurumsal sosyal sorumluluğun çeşitli tanımlamalarında gizlendiğine ve yeterince açığa çıkmadığını belirtmiştir. Örneğin bazı tanımlar, bir firmanın sosyal sorumluluklarının kapsamına hangi ekonomik, yasal veya gönüllü konuların girip girmediğini tartışırken, diğer tanımlar, işletmenin sorumlu olduğu sosyal sorunları (örneğin, ayrımcılık, ürün güvenliği ve çevre) ele almıştır (Carroll, 1979: 499). Bu doğrultuda Carroll sosyal performans modelini sosyal sorumluluklar, sosyal sorunlar ve sosyal duyarlılık şeklinde üç boyutlu kavramsal bir model şeklinde tanımlamıştır. Bu boyutlara ilişkin bilgiler aşağıda kısaca özetlenmiştir.

Sosyal Sorumluluklar: Carroll (1979), işletmenin topluma karşı yükümlülüklerini tam olarak karşılayacak bir sosyal sorumluluk tanımı için, işletme faaliyetlerinin ekonomik, yasal, etik ve isteğe bağlı(hayırsever) kategorilerini içermesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu dört temel kategori, daha önce yapılan sosyal sorumluluk tanımlardan bazılarıyla aynı doğrultuda olmasına rağmen bu model işletmelerin sosyal sorumluluklarını daha kapsamlı bir şekilde kategorize eden bir sosyal sorumluluk görüşü olduğu ifade edilmiştir (Carroll, 1979: 499). Ekonomik sorumluluklar, işletmelerin tüketicilerin ihtiyaç duyduğu ve istediğı mal ve hizmetleri üretmek ve bu süreçte karlı olma yükümlülüğünü yerine getiren sorumlulukları ifade etmektedir. Yasal sorumluluklar, işletmelerin yasaların öngördüğü yazılı kurallar çerçevesinde faaliyetlerini yerine getirmelerini ifade eden sorumluluklardır. Etik sorumluluk,

toplumun kurumsal davranışlara ilişkin beklentilerini ifade eden bir işletmenin sorumluluğudur. Bu sorumluluklar, kanunla öngörülemez, ancak toplum tarafından benimsenmiş yazılı olmayan standartlara, normlara ve sosyal değerlere uygundur. İşletmelerin isteğe bağlı sorumlulukları, toplumun beklentilerinin etik sorumluluklar kadar net olmadığı fakat işletmeler tarafından üstlenilen gönüllü veya hayırsever sorumluluklardır.

Bu dört kategorili sosyal sorumluluk çerçevesi, toplumun işletmelerin üstlenmesini beklediği çeşitli sorumlulukları ifade etmektedir. Her sorumluluk, işletmenin toplam sosyal sorumluluğunun yalnızca bir parçasıdır ve bize toplumun işletmelerden ne beklediğini daha eksiksiz bir şekilde tanımlamaktadır (Carroll, 1979: 500).

Sosyal Sorunlar: Kurumsal sosyal performans için kavramsal bir çerçeve geliştirirken, yalnızca sosyal sorumluluğun bileşenlerini (ekonomik, yasal, etik, isteğe bağlı) belirtmek doğru değildir; aynı zamanda bu sorumlulukların bağlı olduğu sosyal sorunları ve güncel alanları da belirlememiz gerekmektedir. Burada, işletmenin ele alması gereken sosyal sorunları kapsamlı bir şekilde belirlemek zordur. Çünkü sosyal sorunlar zamanla değişmekte, farklı sektörler ve işletmeler için değişkenlik göstermektedir. Örneğin bir banka, bir üretici firma kadar çevresel konularda baskı altında değildir. Benzer şekilde, bir üretici firma, geri dönüşüm konusunda bir sigorta şirketine göre daha çok duyarlıdır. Dolayısıyla zamanla değişen faktörler veya koşullar göz önünde bulundurulduğunda iş güvenliği ve sağlığı, çevre, ürün güvenliği ve ayrımcılık gibi temel sorunlar en çok tartışılan alanlardır.

Sosyal Duyarlılık: Sosyal performans modelinin üçüncü bileşeni sosyal sorumluluk ve sosyal konulara işletme yönetiminin verdiği tepkinin arkasındaki strateji ve felsefedir. Bu bileşeni tanımlamak için Carroll tarafından kullanılan terim “sosyal duyarlılık” tır. Sosyal duyarlılık, işletmelerin sosyal sorumlulukları olduğu ve bunlara odaklanmaları gerektiğini ifade etmektedir. Aynı zamanda sosyal duyarlılık, yönetimin ahlaki yükümlülükleri kabul etmesinden ziyade, sosyal sorunlara karşı işletme yönetiminin sergiledikleri davranışların derecesi ve türü olarak ifade edilir (Carroll, 1979: 501). Sosyal duyarlılık, daha çok sosyal alanda karşılaşılan sorunlara

özüm arayan yönetimin eylem aşaması olarak kabul edilmektedir (Carroll, 1979: 502).

Carroll tarafından oluşturulan KSP modeli hem iş hem de uygulama alanında gereksinimlerini karşılamak ve yöneticilerin karar vermelerine yardımcı olmak için tasarlanmış modeldir.

1.6.4. Wartick ve Cochran'ın Kurumsal Sosyal Performans Modeli

1985'te Wartick ve Cochran, Carroll'un kurumsal sosyal performans modelini daha da geliştirerek paydaş teorisi ile olan ilişkisini bu model kapsamında bütünleştirmiştir. Wartick ve Cochran'a göre KSP modeli, işletmelerin toplumla uyum içinde hareket ettiği ve toplum içinde ahlaki temsilciler olarak görüldüğü iki temel varsayıma dayanmaktadır (Wartick ve Cochran, 1985: 758). Modelde sosyal sorumluluk, sosyal duyarlılık ve sosyal sorunların yönetimi birbirini tamamlar niteliktedir. Sosyal sorumluluk, işletmelerin faaliyetleri kapsamında etik çerçeveyi ve sosyal sorumluluğu ifade ederken; sosyal duyarlılık, işletmelerin sosyal konulara yönelik temel tutum ve davranışlarını ifade etmektedir. Ayrıca sosyal sorunların yönetimi ise, tarama ve izleme yoluyla sosyal sorunları tanımlamayı ve analiz etmeyi amaçlamaktadır (Wartick ve Cochran, 1985: 762). Bu model, sosyal sorumluluğu, sosyal duyarlılığı ve sosyal konuların yönetimini ilkeler, süreçler ve politika terimleri ile birleştirerek kendine özgü bir özellik kazanmıştır. Sosyal sorumluluk “*ilkeleri (ekonomik, yasal, etik ve hayırsever)*”, sosyal duyarlılık “*süreçleri (reaktif, savunmacı, uyumlu ve proaktif)*” ve sosyal sorunların yönetimi ise sosyal sorunlara çözüm aramak için geliştirilen *politikaları* ifade etmektedir (Wartick ve Cochran, 1985: 767).

1.6.5. Edwin M. Epstein'in Kurumsal Sosyal Politika Süreci

1987'de Edwin M. Epstein, KSS tanımına farklı ve etkili bir bakış açısı getiren önemli kişilerden biridir. Epstein kurumsal sosyal sorumluluğu “Kurumsal Sosyal Politika Süreci” adını verdiği kavram kapsamında tanımlamaktadır. Kurumsal sosyal politika süreci, iş etiği, kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal duyarlılık terimlerini bir arada toplamaktadır. Epstein'a göre, bu üç terim birbirleri ile örtüşmekte ve benzer konular üzerinde yoğunlaştıklarını ifade etmektedir (Epstein, 1987: 104). İş

etiği, işletme faaliyetleri kapsamında yöneticiler tarafından kişisel ve örgütsel iş eylemlerinin toplumsal paydaşlar üzerindeki sonuçlarının ahlaki önemi ile ilgili değer temelli düşünme ve seçimlerini ifade etmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, öncelikle bir işletmenin belirli konular veya problemlerle ilgili hem iç hem de dış paydaşlar üzerinde olumsuz etkilerden ziyade yararlı etkileri olan sonuçlara odaklanılmasını benimsemiştir. Kurumsal sosyal duyarlılık, firmanın iç ve dış paydaşlarının çeşitli talep ve beklentileri doğrultusunda sorunları önceden tahmin etme, yanıtlama ve yönetme kapasitesinin belirlenmesi, uygulanması ve değerlendirilmesi için bireysel ve kurumsal süreçlerin geliştirilmesini ifade etmektedir. Kurumsal sosyal politika süreci, işletmelerdeki değer düşüncelerinin kurumsallaşmasını ve incelenmesini kolaylaştırabileceği gibi işletmenin genel sosyal performansını değerlendirmede önemli bir kavram olarak görülmektedir. Ayrıca kurumsal sosyal politika süreci, işletmelerin daha etik, sosyal olarak sorumlu ve sosyal açıdan duyarlı olan somut durumlarda yönetimsel analizi ve eylemi teşvik etmeyi amaçlamaktadır (Epstein, 1989: 586-587).

1.6.6. Donna J. Wood'un Kurumsal Sosyal Performans Modeli

Donna J. Wood (1991) KSS'yi tanımlarken, KSS'nin ana fikri, toplumun ve iş dünyasının birbirinden ayrı olarak düşünülemeyeceği, bunun aksine iş dünyası ve toplumun iç içe geçmiş varlıklar olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla toplum işletmelerin yürüttükleri faaliyet ve davranışlardan etkilenmektedir. Toplum işletmelerin faaliyetleri sonucunda bir takım talep ve beklentilere sahiptir (Varol, 2019: 35). Daha önceki kurumsal sosyal performans modellerini inceleyen Wood (1991), bu modellerin yöneticilerin sosyal sorumluluklarını nasıl algıladıklarını doğru bir şekilde tanımlarken, toplumdaki rollerinin sosyolojik karmaşıklığını ve eylemlerinin etkilerini hesaba katmadıklarını gördü (Wood, 2010: 53). Bu doğrultuda 1991 yılında Donna J. Wood, Carroll (1979) ve Wartick ve Cochran'ın (1985) kurumsal sosyal sorumluluk modelini daha da geliştirdi ve bu modeli yeni yönetim araçlarıyla birleştirdi. Kurumsal ve örgütsel düzeye ayrılan model aynı zamanda yönetim bileşenlerini de içermektedir. (Wood, 1991: 693). Wood tarafından geliştirilen kurumsal sosyal performans modeli kurumsal sosyal sorumluluk ilkeleri,

kurumsal sosyal duyarlılık süreçleri ve kurumsal davranışın sonuçları olmak üç bileşenden oluşmaktadır. Bu bileşenler aşağıda kısaca özetlenmiştir:

Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri: Wood'un KSP modelinde bu bileşen meşruiyet, kamu sorumluluğu ve yönetsel takdir olmak üzere üç ayrı ilkedен meydana gelmektedir. Meşruiyet ilkesi, kurumsal düzeyde işleyen bir ilkedir ve bir şirketin faaliyet gösterdiği topluma karşı genel sorumluluklarına dayanır ve toplumun işletmelerden beklediği yükümlülükleri ifade eder. Toplum, bu yükümlülükler yerine getirilmediğinde kullanabileceği mevcut yaptırımlara sahip olduğunu ima eder. Dolayısıyla bir işletme beklendiği gibi sosyal ve ekonomik olarak hareket etmezse, meşruiyetini kaybeder (Wood, 1991: 695-696). Kurumsal sorumluluk ilkesi örgütsel düzeyde çalışır. Burada işletmelerin faaliyetlerinden kaynaklanan sorunlara müdahale etmek ve çözmek zorunda oldukları vurgulanmaktadır (Wood, 1991: 697). Son olarak, yönetsel takdir ilkesi bireysel düzeyde işlev görür. Bu ilke yöneticilerin ahlaki aktörler olarak davranmaları gerektiğini ve sosyal açıdan tasarlanan faaliyetler hakkında bireysel olarak karar verme sorumluluklarını vurgular.

Kurumsal Sosyal Duyarlılık Süreçleri: Wood'a (1991) göre, duyarlılık, kurumsal sosyal sorumluluk kavramını tamamlamak ve kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerini uygulamaya geçiren süreçlerdir (Wood, 1991: 706). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerini uygulamaya geçiren kurumsal duyarlılık süreçleri; çevresel değerlendirme, paydaş yönetimi ve sorun yönetimi olmak üzere üç başlık altında toplanmaktadır. Çevresel değerlendirme sürecinde, politik, teknolojik ve sosyal çevre hakkında bilgiler toplanır ve stratejiler geliştirilir. Bu süreçte işletmelerin çevresi ile uyum içinde olup olmadığı değerlendirilir. Paydaş yönetimi süreci, KSS sürecinde en önemli süreçlerden biri olarak kabul edilir. Şirketle ilgili paydaşlar belirlenir ve ele alınır. Kurumsal sosyal duyarlılık sürecinin son aşaması olan sorun yönetimi süreci, sorunların tanımlanması, tespit edilmesi ve buna karşılık kurumsal çözüm önerilerinin geliştirildiği aşamadır.

Kurumsal Davranış Sonuçları: Kurumsal sosyal performans modelinin bu bileşeni, sosyal sorumluluk programlarının uygulanmasında paydaş ve toplum üzerindeki etkilerinin sonuçlarını ifade eder. Dolayısıyla, kurumsal sosyal davranış

sonuçları, sosyal sorumluluk politikaları ve uygulamalarının paydaşlar üzerindeki etkileri ve genel olarak toplum üzerindeki etkilerini içerir.

Özetle, Wood'un (1991) kurumsal sosyal performans modeli, kurumsal işletmeler, paydaşlar ve toplum için olduğu kadar kendisi (sosyal performans) için de önemli etkileri olan bir KSS tasviridir. Bu kurumsal sosyal performans kavramı, yönetsel, ekonomik veya felsefi düşünceden değil, belirgin bir şekilde toplum yararına olan sosyal sorumluluk anlayışı çerçevesinde şekillenmiştir. Kurumsal sosyal performans işletmelerin faaliyette bulunduğu çevre ile olan ilişkilerinde kapalı bir sistem anlayışı içerisinde değil tamamen açık bir sistem anlayışı doğrultusunda hareket etmektedir. Ayrıca Wood'un kurumsal sosyal performansı, toplum, paydaşlar ve işletmeler için etkilere ve sonuçlara odaklanan ticari faaliyetlerin tanımlayıcı kategoriler dizisidir (Wood, 2010: 54).

1.6.7. William C. Frederick Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli

Kurumsal sosyal sorumluluk, tarih boyunca araştırmacılar tarafından birçok farklı biçimde tanımlanmış ve işletmeden işletmeye zamanın getirdiği koşullar çerçevesinde çeşitli şekillerde ifade edilmeye çalışılmıştır. William C. Frederick sosyal sorumluluğu, "Faaliyet gösterdikleri topluluklarda karşılıklı yarar sağlayan, yasalara ve kamu politikalarına uyan, paydaşların ihtiyaç ve beklentilerini dengeleyen, dürüst ve adil bir şekilde faaliyet gösteren işletmeler, sosyal sorumluluk bilincine sahip kurumsal vatandaşlar olarak kabul edilecektir." şeklinde ifade etmiştir (Frederick, 2018: 6). Bu doğrultuda Frederick kurumsal sosyal sorumluluğu, 1950-1960 yılları arasında *kurumsal sosyal yönetim* olarak adlandırdığı KSS₁'i, 1960-1970 yılları arasında *kurumsal sosyal duyarlılık* olarak adlandırdığı KSS₂'yi, 1980-1990 yılları arasında *kurumsal iş etiği* olarak adlandırdığı KSS₃'ü, 1990-2000 yılları arasında *kurumsal küresel vatandaşlık* olarak adlandırdığı KSS₄'ü tanımlayarak bölümlere ayırmıştır. Frederick tarafından geliştirilen KSS bölümleri aşağıda kısaca özetlenmiştir.

KSS₁ – Kurumsal Sosyal Yönetim (1950-1960): Bu yaklaşım Frederick tarafından tanımlanan KSS'nin ilk bölümüdür. KSS'ye yönelik ilk gönüllü yaklaşım olarak kabul edilen bu bölümün temel dayanağı, hayırseverliktir. Bu yaklaşımda geniş ölçekli ekonomide toplumun çıkarlarını ve toplumun kurumsal kaynaklara yönelik

taleplerini dikkate alan yöneticiler kamu vekilleri olarak görülmektedir. Bu vekillerin en önemli görevi, kurumsal kaynakların mal sahipleri, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, alacaklılar, devlet kurumları ve yerel topluluklar gibi tüm paydaşlar arasında kabul edilebilir bir şekilde tahsis ederek dengeyi sağlamaktır. Toplumsal çıkarları adil bir şekilde dengeleyen kamu vekilleri(yöneticiler), hayırsever faaliyetler ve uygulamalar ile zengin ve fakir, sahip ve sahip olmayanlar arasındaki uçurumu azaltmaya yardımcı olabilirler (Frederick, 2018: 10).

KSS₂ – Kurumsal Sosyal Duyarlılık (1960-1970): Bu yaklaşımın temel fikri sosyal taleplere cevap vermektir. 1960'larda ve 1970'lerde yüksek toplumsal protestolar sonucunda KSS tamamen yeni bir anlam kazanmıştır. Toplum artık işletmelerden hayırsever faaliyetlerinden fazlasını bekliyordu. Yalnızca KSS₁'in gerektirdiği isteğe bağlı faaliyetleri değil, aynı zamanda sosyal taleplerine cevap beklemekteydiler. İşletmeler bu dönemlerde ırk ayrımcılığı, işyerlerinde kadın ve erkek eşitliğinin sağlanması, endüstriyel kirliliğin sona ermesi, haksız fiyatlar, yanıltıcı reklamlar, ürün güvenliği, iş ve işyeri güvenliği gibi sosyal talepler ile karşı karşıyaydı. Tüm bu sosyal talepler karşısında, işletmeler yanıt olarak yönetmeliklerinde ve uygulamalarında düzenlemelere giderek sosyal talepler doğrultusunda hareket etmeye çalışmışlardır (Frederick, 2018: 12).

KSS₃ – Kurumsal İş Etiği (1980-1990): KSS'de 1980-1990 yılları arasında hâkim olan bu kavramın ana düşüncesi işletmeleri etik kurum kültürüne teşvik etmektir. Bu dönemlerden başlayarak, KSS birinci aşama olan hayırseverliğin ve ikinci aşama olan sosyal yönetiminin ötesine geçen KSS₃ olarak yeni bir anlam kazandı. KSS₃ bir işletmenin, kurumsal kültürünün kalitesini, sergilediği etik davranış ve kararlarını, stratejilerini ve politikalarını yönlendiren temel ilkeler olarak tanımlanmaktadır. Kültürel bilim uzmanları, her toplumun kendine has gelenek, görenek ve değerlere sahip olduklarını ifade etmektedir. Dolayısıyla işletmeler faaliyet gösterdikleri toplumun kültüründen etkilenmekte ve örgütlerdeki iş davranışlarının da bu kültür çerçevesinde şekillendiğini söylemek mümkündür. Bu doğrultuda kurumsal kültür, işletme davranışlarında, hedeflerinde ve çalışanlarında güçlü bir yönlendirici etkiye sahiptir (Frederick, 2018: 16).

Kurumsal kültür ve iş etiği, anlamlarını ve toplumsal önemini, dünya çapında toplumlar tarafından yaygın olarak bilinen dört temel ilkedен alır. Bu ilkeler: insan haklarına saygı, sosyal adalete ulaşma, toplum refahının geliştirilmesi ve çevrenin korunmasıdır. Açık bir şekilde ve bilinçli olarak bu ilkeleri kültürlerinin ve örgütsel iklimlerinin ayrılmaz bir parçası haline getiren işletmeler, daha önceki iki KSS aşamasının çok ötesine geçerek, kural odaklı bir KSS₃ şirketleri haline gelebilirler (Frederick, 2018: 17).

KSS₄ – Kurumsal Küresel Vatandaşlık (1990-2000): Frederick’ in kurumsal sosyal sorumluluk modelinde dördüncü aşama olan kurumsal küresel vatandaşlık kavramının temel düşüncesi işletmelerin kurumsal olarak sürdürülebilirliğe ulaşma isteğidir. Kurumsal Vatandaşlık, genel anlamda, tüzel kişiliğe sahip vatandaşları (işletmeler) ifade etmektedir. Bir toplumun üyesi olarak kurumsal vatandaşlar, yasalara uymak, kamu yararına katkıda bulunmak ve diğer vatandaşların haklarına saygı göstermek gibi bazı görev ve yükümlülöklere sahiptir. Bu nedenle, işletmeler yaptıkları faaliyetler sonucunda sorumluluk alırlar ve işletme sahip ve yöneticileri, işletme faaliyetlerinden ve denetiminden sorumludur. Bu bağlamda kurumsal küresel vatandaşlık işletmelerin ulusal veya uluslararası alanlarda faaliyette bulunduğu toplumların kültürel değerlerine saygı gösteren, ekonomik çıkarların ötesinde topluma karşı görev ve sorumluluklarını tanımlayan bir KSS yaklaşımıdır. Kurumsal küresel vatandaşlığın bu anlamı, yukarıda açıklanan üç KSS aşamasının (KSS₁, KSS₂ ve KSS₃) hepsini kapsamakta ve ayrıca ilgili dönemlerde iş dünyasının topluma karşı genel sosyal sorumluluklarını ifade etmek için sıklıkla kullanılan bir terim olduğunu söylemek mümkündür (Frederick, 2018: 21).

1.7.İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Alanları

Tüketiciler, devlet kurumları, sivil toplum kuruluşları ve diğer paydaş grupları işletmelerin ekonomik açıdan büyümelerine sürekli katkı sağlamaktadır. Bu doğrultuda kurumsal sosyal sorumluluk kavramı da küresel çapta işletmelerin yönetim kademelerinde gittikçe önem kazanmaktadır (Skarmeas ve Leonidou, 2013: 1831). Yönetim kademelerinde KSS kavramının popülaritesinin artmasının yanı sıra, bilim uzmanları ve araştırma merkezleri de kurumsal sosyal sorumluluk kavramının iş

dünyası üzerindeki etkisini gözlemleyerek akademik çalışmalar ile konunun gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Dünyanın her yerinde yapılan bilimsel çalışmalar, işletmelerin sosyal olarak sorumlu davranışlarda bulunulmasına yardımcı olur ve sadece sahiplerin değil, tüm paydaş gruplarının çıkarlarına sürekli özen gösterilmesi gerektiğini vurgular. Paydaşların çıkarlarını aktif bir şekilde izlemek ve kilit noktalarda bulunan iç ve dış paydaşların ihtiyaçlarını karşılamak, işletme faaliyetlerinin sürdürülebilirliğine, rekabet avantajına, çalışanların ve tüketicilerin sadakatine olumlu yönde katkı sağlayacaktır. Bu açıdan bakıldığında, kurumsal sosyal sorumluluğun şirket ile toplum arasındaki ilişkiyi en kapsamlı şekilde tanımladığı ve paydaşların şirketin geleceğinde anahtar ve kaçınılmaz bir rol oynadığını söylemek mümkündür (Baric, 2017: 138). Bu doğrultuda kurumsal sosyal sorumluluk, bir kuruluşun veya işletmenin sınırlarını aşan paydaş odaklı bir kavram olarak tanımlanmakta ve iş faaliyetlerinin toplum ve çevre üzerindeki etkisine yönelik etik bir anlayışa dayanır (Maon, Lindgreen ve Swaen, 2010: 22).

Yapılan açıklamalar sonucunda işletmelerin günümüzde toplumu oluşturan birçok farklı kesimle ilişki içinde olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca toplumun bir parçası olarak yaptıkları faaliyetler ile çevreyi, çalışanları, tüketicileri, yatırımcıları, diğer işletmeleri kısaca toplum içindeki tüm paydaşları etkileyebilmekte, aynı şekilde de onlardan etkilenebilmektedirler. Kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki bireysel tutumlar ve iş süreçlerinin bir parçası olarak yürütülen sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin tutumlar paydaşların işletmeye karşı duyduğu algıda önemli rol oynamaktadır (Pomeroy ve Dolnicar, 2009: 291). Paydaşların işletmelere karşı olumsuz veya olumlu algıları, işletmelerin sürdürülebilir bir başarı sağlamasında anahtar bir faktördür.

İşletmelerin etkileşim halinde oldukları paydaş grupları hem organizasyon içinde hem de organizasyon dışında bulunmaktadır. Freeman ve ark. (2007) bu paydaş gruplarını birincil ve ikincil paydaş grubu veya menfaat sahipleri olmak üzere iki kategoriye ayırmıştır. Birincil paydaşlar, tutum ve davranışları ile işletmelerin faaliyetleri için kilit öneme sahip olanlardır. İkincil paydaşlar ise birincil paydaşların algılarını ve tutumlarını etkileme olanağına sahip paydaşlardır. Ayrıca birincil menfaat sahipleri şirket yönetimini doğrudan etkileme gücüne ve olanağına sahipken, ikincil menfaat sahipleri işletme yönetimini doğrudan etkileme gücüne sahip değildir

(Freeman, 2007: 11). Birincil paydaşlar hissedarlar ve yatırımcılar, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler veya "kamu paydaşları" olarak kabul edilen tüm kişiler veya kurumlardır. Bunlara, işletmelere altyapı desteği ve pazar desteği sunan devlet ve belediyelerde dâhildir. İşletme ve birincil paydaş grubu arasında iş birliği ve yüksek düzeyde karşılıklı bağımlılık vardır (Clarkson, 1995: 106). Bu nedenle, birincil menfaat sahiplerinin hoşnutsuzluğu söz konusu olduğunda, herhangi bir işletmenin varlığı için ciddi bir risk demektir. Bu nedenle, bir işletmenin hayatta kalması, paydaşlarını tatmin edecek şekilde iletişim kurma yeteneğine bağlıdır. İkincil paydaşlar, işletmeyi etkileyen ve faaliyetlerinden etkilenen paydaşlar olarak tanımlanır. Özellikle medya ve sivil toplum kuruluşları, bir işletmenin faaliyetlerinde bulunmazlar. Fakat bu paydaş gurubunun önemli bir özelliği, işletmelerin hayatta kalması için önemli bir konuma sahip olmasa da kamuoyunu etkileme yetenekleri nedeniyle şirkete önemli zararlar verebilmektedir (Clarkson, 1995: 107).

Birincil paydaş grubu veya menfaat sahipleri kendi arasında kurum içi ve kurum dışı paydaşlar olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Kurum içi paydaşları, hisse sahipleri (sahip, ortaklar veya yatırımcılar) ve çalışanlar oluştururken; kurum dışı paydaşları ise, müşteriler (tüketiciler), çevre, rakipler, toplum, devlet ve tedarikçiler oluşturmaktadır. İşletmelerin ekonomik açıdan varlığını sürdürebilmesi ve sürdürülebilir rekabet avantajı yakalayabilmesi için paydaş gruplarına ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle işletmeler faaliyetleri esnasında paydaşları önemsemeli, yasaların öngördüğü şekilde etik iş davranışları doğrultusunda paydaşların menfaatlerini gözeten davranışlarda bulunmalıdır. Buradan hareketle işletmeler üretim veya hizmet faaliyetlerinde bulunurken bu paydaş gruplarına karşı bir takım görev ve sorumluluklara sahiptir. Bu sorumlulukları kurum içi paydaşlara ve kurum dışı paydaşlara karşı sorumluluklar olmak üzere iki başlık altında aşağıda kısaca özetlenmiştir.

1.7.1. Kurum İçi Paydaşlara Karşı Sorumluluklar

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının özü gereği toplum yararı doğrultusunda dış paydaşlara yönelik olsa da sosyal açıdan sorumlu faaliyetlerin yürütülmesinde iç paydaşların etkisi göz ardı edilmemelidir. Çünkü işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin etkin bir şekilde yürütülmesinde kurum içi

paydaşlar önemli bir role sahiptir. Dolayısıyla işletmelerin kurumsal olarak sosyal sorumlulukları kurum dışı paydaşlara olduğu kadar kurum içi paydaşlara da karşı sorumlulukları vardır. Kurum içi paydaşlar hissedarlar(ortaklar) ve çalışanlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bunlara ilişkin bilgiler aşağıda kısaca özetlenmiştir.

1.7.1.1.Hissedarlara Karşı Sorumluluklar

Hissedarlar, işletmelerin karar alma süreçlerinde olduğu gibi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine de önemli katkıları olan iç paydaşlardır. Hissedarlar işletmelerin kurulması ve faaliyetlerine devam edebilmesi için sermaye yatıran işletmenin sahipleri veya ortaklarıdır. Hissedarlar işletmelere yatırımda bulunurlar ve işletmelerin sorumlulukları sonucunda ortaya çıkan kar ve zarar riski ile karşı karşıyadır. Örneğin, bir şirketin çevresel sorumluluklarını yerine getirmemesi, hükümet tarafından uygulanacak yaptırımlar ile karşı karşıya kalabilirler. Şirketin kurumsal sosyal sorumluluğunun yetersiz olması nedeniyle bu durum yatırımcıların yatırım riskinin yüksek olduğunu düşünmesine neden olabilir. Aksine, kurumsal sosyal sorumluluklarını başarıyla yerine getiren şirketler, nispeten düşük finansal risklere sahip olacak ve yatırımcıların daha fazla ilgi ve güven göstermelerini sağlayacaktır (Becan, 2011: 22). Dolayısıyla hissedarlar işletmenin büyüüp gelişmesine ya da küçülüp yok olmasına doğrudan etkisi olan kişi veya kurumlardır. İşletmelerin hissedarlarla karşılıklı bir güven ilişkisi içinde olması, işletmelerin faaliyetlerine devam edebilmesi ve hayatta kalması açısından son derece önemlidir. Bu doğrultuda işletmeler hissedarlara karşı birtakım sorumluluklara sahiptir. Bunlardan bazılarını aşağıda değinilmiştir:

- Hissedarların işletmelere yaptığı yatırımların güvenliğini sağlamak,
- Yasaların öngördüğü şekilde tüm pay sahiplerinin yönetime katılmalarına eşit derecede ve adil bir şekilde olanak sağlamak,
- Hissedarların yaptıkları yatırımlar doğrultusunda adil ve yeterli bir getiri sağlamak,
- Finansal ve işletme ile ilgili işlemler hakkında doğru, güvenilir, açık ve düzenli bir şekilde bilgi akışı sağlamak,
- İşletme kaynaklarının etkin ve optimum bir şekilde kullanılması ile hissedarların yatırım değerini maksimize etmek,

- Hissedarların hakları korumak ve gözetmek.

1.7.1.2.Çalışanlara Karşı Sorumluluklar

İşletmelerde sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında yapılan girişimler esas olarak çalışanları etkilemektedir. Özellikle, işletmelerin iş dünyasındaki sürekli değişikliklerle daha iyi başa çıkmalarına ve daha fazla rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olmak için beşerî sermayeye yapılan yatırımlar son derece önemlidir. Dünya çapında tüm işletmelerin en büyük varlıkları çalışanlardır. İşletmelerin faaliyetleri çalışanların yardımı olmadan sadece sahip ve ortaklar ile yürütülemeyeceğini söylemek mümkündür. Yönetim kademesinin işletmelerin sürdürülebilir ekonomik gelişimi için çalışan ilişkilerine son derece önem vermelidir. Aksi takdirde olumsuz ilişkiler sadece çalışanlarda moral düşüklüğüne neden olmaz aynı zamanda, üretkenlik, yaratıcılık ve bağlılık gibi örgütsel iş akışını bozacak sorunlara da sebep olacaktır (Botha, 2015: 30). Faaliyet öncesi belirlenen ekonomik hedeflere ve amaçlara ulaşmak için ihtiyaç duyulan çalışanların haklarını korumak ve gözetmek işletme sahip ve yöneticilerin ahlaki sorumluluğundadır. Bu doğrultuda işletmelerin çalışanlara karşı genel sorumlulukları aşağıda belirtilmiştir:

- İş güvenliğini sağlamak ve uygun çalışma ortamları oluşturmak,
- Eğitim, terfi ve kariyer geliştirme için fırsat sağlamak,
- Ücret, tazminat ve iş yükü açısından ayrımcılığa gidilmeden adil davranmak,
- Çalışanların istek ve şikâyetlerini dinleyerek yaptıkları işten mutlu ve memnun olmalarını sağlamak,
- Çalışanların uzmanlık, bilgi ve eğitim niteliklerine göre işlerde çalışmalarına olanak sağlamak,
- Teşvikler, ödüller ve ikramiyeler gibi performans artırıcı uygulamalar ile çalışan motivasyonunu sağlamak.

İşletmelerin çalışanlara yönelik sosyal sorumluluklarını yerine getirmelerinde hem örgüt içinde hem de örgüt dışında işletmeye duyulan güveni artırdığını söylemek mümkündür. Örneğin, işletme içinde çalışanlara yönelik yapılan KSS uygulamalarının, artan üretkenlik ve kalite, daha fazla nitelikli işgücü çekme ve var olanı elde tutma, iş gücü çeşitliliği ve işletme maliyetlerinde önemli derecede azalma gibi faydaları beraberinde getirdiğini söylemek mümkündür (Nega, 2017: 24).

1.7.2. Kurum Dışı Paydaşlara Karşı Sorumluluklar

İşletmeler kurum içi paydaşlara sosyal açıdan sorumlu olduğu kadar kurum dışı paydaşlara da sorumludur. Kurum dışı paydaşlar tarafından sosyal olarak sorumlu algılanan şirket, olumlu kurumsal itibar, tüketici memnuniyeti, yetenekli işgücünün katılımını sağlama ve marka tercihi gibi rekabet üstünlüğünü sağlayan özelliklere sahip olmaktadır. Ayrıca olumlu algılanan KSS faaliyetleri tüketicinin şirketin ürün ve hizmetleri için daha yüksek bir fiyat ödemeye istekli olmasını etkiler ve buda işletmenin finansal açıdan fayda görmesini sağlayacaktır (Baric, 2017: 140). İşletmelerin bu avantajları yakalayabilmeleri için kurum içi paydaşlar ile olduğu kadar kurum dışı paydaşlar ile de güçlü karşılıklı ilişkiler geliştirmeleri gerektiğini söylemek mümkündür. Bu doğrultuda karşılıklı ilişkiler beraberinde birtakım sorumlulukları da getirmektedir. İşletmelerin kurum dışı paydaşlara yönelik bazı sorumlulukları aşağıda özetlenmiştir.

1.7.2.1. Müşterilere Karşı Sorumluluklar

Günümüzde ulusal ve uluslararası pazarlarda işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için rekabetçi özelliklere sahip olunması gerekir. Rekabetçi bir anlayışın sahip olduğu iş ortamında başarılı olmak isteyen işletmelerin önemli görevlerinden bir tanesi müşterilerini memnun etmektir. Şirketler uzun vadeli finansal performans elde etmeye ve müşteriler için değer yaratmaya çalışır. KSS uygulamaları, müşterilerin sadakatini artırarak ürünler için daha yüksek fiyatlar ödeme istekliliğini artırabilir. Bu doğrultuda müşteriler, bir ticari organizasyonun ekonomik açıdan başarı sağlayabilmesi için kritik dış paydaşlarından birisidir. Sonuç olarak, müşteri değeri yaratmak ve memnuniyeti sağlamak için işletmelerin müşterilere karşı sorumluluk sahibi olmaları büyük derecede önem arz etmektedir. İşletmelerin müşterilere karşı sosyal sorumlulukları şu şekilde sıralanabilir;

- Müşteri sağlığı üzerinde herhangi bir olumsuz etkisi olmayan kaliteli, güvenilir mal/hizmet üretmek veya tedarik etmek,
- Üretilen mal/hizmetleri kolay ulaşılabilir hale getirmek ve satış sonrası hizmet sağlamak,
- Üretim politikaları belirlenirken müşterilerin satın alma gücünü ve tercihlerini dikkate almak,

- Ürün veya hizmetler ile ilgili her türlü aldatıcı reklamlardan ve bilgilendirmelerden kaçınmak,
- Ürün veya hizmetlerin kullanımı ile ilgili riskleri veya olumsuz etki yaratacak herhangi bir bilgiyi açık ve net bir şekilde aktarmak,
- Ürün veya hizmet pazarlamasında müşterilere karşı açık, dürüst ve şeffaf bir yönetim politikası izlemek.

1.7.2.2. Topluma Karşı Sorumluluklar

Müşteriler, toplumun bir parçasıdır ve işletmelerin kar maksimizasyonunu sağlamada önemli araçlardan birisidir. Ancak işletmelerin topluma karşı sorumlulukları müşterilere karşı biraz daha farklı ve geniştir. Bu sorumlulukların amacı, toplum gönüllüğü kapsamında sosyal amaçlı projeleri ve iş uygulamalarını destekleyerek, topluma katkıda bulunmaktır (Kotler ve Lee, 2017: 23). Kurumsal sosyal sorumluluğu yerine getirmenin en genel şekli; yerel ve ulusal hayır kurumları, vakıflar, dernekler ve diğer yardım kuruluşları aracılığıyla bağışta bulunmak ve eğitim, kültür, sanat, spor gibi faaliyetlere finansal bağışlar ile katkıda bulunmaktır (Pelit, Keleş ve Çakır, 2009). Bu doğrultuda işletmeler var olduğu sürece, yaşadığı ve büyüdüğü toplumlara karşı sorumludur. Toplumun istek ve beklentilerini göz önünde bulundurmalı ve bunları yerine getirmeye çalışmalıdır. İşletmelerin topluma karşı sorumlulukları aşağıdaki gibidir;

- Hastaneler, kütüphaneler ve eğitim kurumları gibi toplum yararına hizmet eden kurum veya topluluklara mali açıdan destek sağlamak,
- Çevreyi korumak için girişimlerde bulunarak ekolojik dengeyi sağlamaya yardımcı olmak,
- İstihdam olanakları yaratarak işsizlik sorunlarını azaltıcı uygulamalara ve faaliyetlere destek olmak,
- Madde bağımlılığı, yoksulluk ve açlık gibi sorunların önüne geçerek insanların yaşam standartlarını artırıcı faaliyetlere katkıda bulunmak,
- İnsan haklarına saygılı olmak ve her türlü şiddete karşı faaliyetleri desteklemek veya yürütmek,
- Toplum yararına olan faaliyetlerde çalışanların zamanlarını gönüllü olarak harcamaya teşvik etmek,

- Sosyal ve kültürel değerleri korumak ve bunların yaşamsal devamlılığını sağlayacak teşvik edici faaliyetlerde bulunmak.

1.7.2.3.Çevreye Karşı Sorumluluklar

İş dünyası diğer paydaşlara sorumlu iken aynı zamanda dünyanın hassas ortamını korumak ve iyileştirmekten de sorumludur. Dünyanın kaynakları hızla tükenmektedir. Dünya genelinde bu kaynakların tükenmesinde en büyük pay sahibi olan varlıklar işletmelerdir. Çevre ve doğal kaynakların korunması ile ilgili olarak, birçok ülke yasa ve düzenlemelere sahip olmasına rağmen, bazı ülkeler bu düzenlemelerden uzaktır veya bazı ülkelerde yasaların uygulanması yetersizdir. Kanunların zayıf ve yetersiz olduğu ülkelerde işletmeler, çevreye karşı sorumlu bir şekilde davranmaları için çeşitli çevresel aktivistler tarafından sürekli bir baskı ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum işletmelerin faaliyetlerini sürdürürken çevreye karşı duyarlı olmalarını sağlamaktadır. İşletmelerin çevreye karşı sorumlulukları aşağıda genel hatlarıyla kısaca özetlenmiştir. Bunlar;

- İşletmeler doğal kaynakların korunmasında ve kullanılmasında dikkatli olmalıdır. Bunun için alternatif kaynaklar ile doğal kaynakların kullanımı azaltmak,
- Endüstriyel atıklar dikkatli bir şekilde atılmalı ve çevre kirliliğini önlemek için geri dönüşüm uygulamaları geliştirmek ve uygulamak,
- Güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, jeotermal kaynaklar ve su gücü gibi yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanarak elektrik kullanımını en aza indirerek enerji tasarrufu sağlamak,
- Zehirli atıklar, kimyasal ilaçlar, aşırı gürültü, egzoz gazı emisyonları gibi çevreye zarar veren faktörler sürekli kontrol edilmeli, uygun politika ve süreçler ile bunların kullanımını en aza indirmek.

İşletmelerin yukarıda sayılan sosyal sorumlulukları benimsemeleri durumunda güvenli ve temiz bir çevre, atık malzemelerin geri dönüşümü ile doğal kaynakların korunması gibi ortaya çıkacak sonuçlar ile çevreye olumlu katkılar sağlayacaktır.

1.7.2.4.Devlete Karşı Sorumluluklar

Devlet ticari faaliyetlerin gerçekleşmesi için uygun faaliyet ortamı sağlayan, gerekli desteği ve alt yapıyı sunan, uygun politikalarla işletmeler için eşit ve adil bir

rekabet ortamı sağlayarak haksız rekabetin önüne geçen önemli bir kurum dışı paydaştır. Devlet zaman zaman işletme faaliyetlerinin düzenli bir şekilde gerçekleşmesi ve kontrol edilmesi için kanunlar ve yasalar uygulamaktadır. İşletmelerin ise bu kanunlara ve yasalara uymaları gerekmektedir. Bu açıklamalar neticesinde işletmeler faaliyetleri esnasında devlete karşı belli bazı sorumluluklara sahiptir. Bunlar aşağıda genel olarak sıralanmıştır.

- Faaliyette bulunduğu ülkenin kurallarına, yönetmeliklerine ve kanunlarına uymak,
- Devletin toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek için yürüttüğü faaliyetlere destek olmak,
- Tekelci ve haksız kazanç elde edecek uygulamalardan kaçınmak,
- Vergileri zamanında ödemek ve devletin fon sağlamasına yardımcı olmak,
- Vergi kaçakçılığına başvurmamak, gelirleri dürüst ve doğru bir şekilde beyan etmek,
- Rüşvet, yolsuzluk gibi kamu kurumu çalışanlarını ayartıcı davranışlardan sakınmak.

1.7.2.5.Rakiplere Karşı Sorumluluklar

Rakipler, işletme ile aynı veya benzer işi yapan bir veya birden fazla işletme, kurum veya kuruluşlardır. Bir sektörde rekabet, işletmeyi rakiplerinden ayıran dinamik ve yenilikçi bir faktördür. İşletmelerin ürettikleri mal veya hizmetlerde en ufak bir değişim yâda yenilik onları rakiplerinden ayırarak önde olmalarını sağlayacaktır. Bu doğrultuda aynı piyasada rekabet eden işletmeler birbirleriyle kıyasıya bir mücadele ortamında çok sayıda rekabet unsuruna başvurmaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında, birçok şirket, özellikle çok uluslu şirketler, KSS uygulamalarını önemli bir rekabet faktörü olarak görmekte ve iş stratejilerine dâhil etmektedir. İşletmeler rekabet ederken rakiplerine karşı sorumluluk anlayışı içerisinde hareket etmeleri gerekmektedir. Bu doğrultuda işletmenin rakiplerine karşı sorumlulukları şunlardır:

- Rakiplerin marka imajını zedeleyecek her türlü karalama, yanlış ve doğruluktan uzak reklam ve eylemlerde bulunmamak,
- Rakiplerin ürettikleri ürünler veya hizmetler ile ilgili plan, proje, strateji gibi önemli bilgi ve belgeleri kamuoyuna sızdırmamak,

- Rekabeti engelleyecek haksız fiyat anlaşmaları veya indirimlerinde bulunmamak,
- Distribütörlere, acentelere vb. dağıtım kanallarına yüksek satış komisyonları sunmamak,
- Müşterilere satış esnasında haksız kazanç sağlayacak yüksek fiyat indirimi, ücretsiz ürünler satmak gibi politikalardan uzak durmak.

1.7.2.6.Tedarikçilere Karşı Sorumluluklar

Tedarikçiler, işletmelerin ihtiyaç duyduğu hammadde ve diğer maddeleri tedarik eden işletmeler, kurum veya kuruluşlardır. Tedarikçiler işletmelerin büyüyen gelişmelerinde büyük rol oynarlar. Tedarikçiler, sadece işletmeye mal ve/veya hizmet sağlayan kurum veya kuruluşlar değildir. Aynı zamanda işletmelere yetmiş ara eleman ihtiyacı sağlayan meslek okulları, sigorta hizmetlerini sağlayan sigorta acenteleri, üretim, pazarlama gibi faaliyetleri yerine getirmek için ihtiyaç duyulan para veya krediyi temin eden finans kuruluşları vb. destekleyici işletmelerde tedarikçiler sınıfına girmektedir (Aktan ve Börü, 2007: 11). İşletmelerin tam zamanında üretim ve rekabet avantajı sağlayabilmesi tedarikçiler ile olan güvene dayalı güçlü ilişkilere bağlıdır. Tedarikçiler ve işletmeler arasında yaşanan ilişkiler beraberinde birtakım sorumlulukları da getirmektedir. İşletmelerin tedarikçilere karşı genel sorumluluklarını aşağıdaki gibi özetleyebiliriz;

- Mal alımlarında ödemeleri zamanında ve düzenli yapmak,
- Hammadde alımı esnasında fiyat tekliflerini adil bir şekilde değerlendirmek ve fiyat konusunda baskı oluşturacak davranışlarda bulunmamak,
- Yüksek ürün kalitesi sağlamada tedarikçilerin uygulayacağı faaliyetlerde gerekli desteği sağlamak,
- Tüketici tercihleri doğrultusunda gerekli bilgilendirmeleri yapmak,
- Tedarikçilere sadakatle davranarak onların güvenle faaliyetleri sürdürmelerine katkı sağlamak.

İKİNCİ BÖLÜM

2. ENTELEKTÜEL SERMAYE

Çalışmanın bu bölümünde bilgi ve entelektüel sermaye arasındaki ilişkiden, entelektüel sermayenin tanımı, gelişimi ve işletmeler için öneminden bahsedilmiştir. Ayrıca entelektüel sermayeyi oluşturan unsurlar, entelektüel sermaye yönetimi, ölçülmesi ve raporlanması bu bölüm kapsamında ele alınmıştır.

2.1.Bilgi ve Entelektüel Sermaye

Sanayi toplumunun ardından bilgisayar ve iletişim teknolojisinin gelişmesi küreselleşme olgusunu hızlandırmış ve dünyamızı yeni bir çağa, yani bilgi toplumuna dönüştürmüştür. Bilgi üzerine yapılan incelemeler uzun bir geçmişe sahiptir. Bu incelemeler birçok araştırmacı tarafından tartışılmış ve tanımlanmıştır. Drucker (1993), bilgi toplumu olarak isimlendirdiği bilgi odaklı yeni bir ekonominin gelişini daha öncesinden haber etmiştir. Drucker’a göre bu toplumda, bilginin, alışılmış üretim faktörlerinin yanı sıra işletmeler tarafından yaratılan ve işlenen günümüzün tek anlamlı kaynağı olduğunu ifade etmektedir (Bontis, 1998: 63).

Bilgi eski olduğu kadar karmaşık bir kavramdır. Bilgi üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında, genel olarak doğası gereği hem örtülü (teknik) hem de açık (kodlanmış) bilgi olarak iki farklı şekilde tanımlandığı görülmektedir. Polanyi'ye (1962) göre örtük bilgi, inançlar, değerler ve idealler gibi unsurları içerebilen kişisel deneyim yoluyla edinilen içselleştirilmiş bilgiyi ifade eder. Öte yandan açık bilgi, sistematik olarak kodlanabilen, paylaşılabilen veya resmi olarak aktarılabilen bilgilerdir (Harris, 2018: 4). Açık bilgi ya da diğer bir ifade ile kodlanmış bilgi, ticari sırlar, patentler veya telif hakları gibi yasalar tarafından korunabilen bilgilerdir. Bu tür bilgiler fikri mülkiyet yasasıyla korunmadığında, kolaylıkla taklit edilebilmektedir. Aksine, örtük bilgi ya da diğer bir ifade ile teknik bilgi, doğası gereği tanımlanması zor, başkasına aktarılabilen, ancak nadiren kodlanabilen bilgilerdir (Edvinsson ve Sullivan, 1996: 357). Örtük bilgi kişisel deneyim ve bilgileri içerdiğinden, açık bilgiye nazaran paylaşılması ve aktarılması daha zordur (Nonaka, 1994: 16). Bontis'e (1999)

göre, bilgi hem bir varlık veya stok hem de bir süreç veya akış olarak görülmüştür. Buna göre, bilgi doğası gereği tartışmalı olarak hem statik hem de dinamikdir. Bilgi farklı şekillerde temsil edildiğinden dolayı (örtük veya açık, bireysel veya toplu, varlık veya süreç) organizasyonlarda farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Entelektüel sermaye üzerine çalışan araştırmacılar, bilgiyi bir varlık veya üretim kaynağı olarak gördükleri için bilgiyi tanımlamaya ve bunun işletmeye kattığı değeri ölçmeye odaklanmışlardır (Harris, 2018: 5).

Geleneksel ekonomide işletmelerin rekabet avantajı maddi varlıklar ile ölçülmektedir. Fakat günümüz iş dünyası sürdürülebilir rekabet avantajı yakalamak için bilgiye dayalı maddi olmayan varlıkların ölçümüne daha çok önem vermeye başlamıştır. Bu durumda işletmeler sahip olduğu bilgiyi rekabet avantajı kaynağı olarak görürler. Bilgi işletmeleri karlarını insan kaynakları (çalışanlar) tarafından yaratılan bilginin ticarileştirmesinden alırlar. Bu durumda yaratılan bilgiyi işleyen işletmeler piyasada rakiplerinden farklılaşarak rekabet üstünlüğü yakalayabilirler (Edvinsson ve Sullivan, 1996: 357). Bir işletmenin temel maddi olmayan varlıkları, bilgi ve deneyim yoluyla oluşan işletme için değer yaratan temel yeteneklerdir. Şirketlerin hayatta kalmak ve faaliyetlerini sürdürmeleri için bazı temel yeteneklere ihtiyaçları vardır. Bu yetenekler, rakiplere göre rekabet avantajı sağlayan kaynaklardan gelmektedir. Bu kaynaklar arasında entelektüel sermaye ilk sırada yer almaktadır. Entelektüel sermaye, bir işletmenin sahip olduğu maddi olmayan varlıkların toplamı veya bilginin değere dönüştürülmüş hali olarak tanımlanabilir (Yıldız ve Genç, 2020: 17).

Yüksek teknoloji makinalar ve para, rekabet avantajı elde etmek için yenilik ve avantaj sağlama konusunda yeterli değildir. Bir şirketi diğerlerinden ayıran ve bir adım önde olmasını sağlayan faktör şirketin sahip olduğu bilgi yaratma kapasitesidir. Kazançlarını inovasyon ve bilgi yoğun hizmetlerden sağlayan firmalar piyasada bilançolarının verdiği değerden daha yüksek bir değer sağladıklarını söylemek mümkündür. Dolayısıyla işletmelerin değeri, sahip oldukları maddi olmayan entelektüel varlıklarında ve bu varlıkları gelire dönüştürme kabiliyetinde yatmaktadır (Edvinsson ve Sullivan, 1996: 357). Bu durumda işletmelerin piyasa değerini artırmada bilgi yatırımının üretim yatırımından daha önemli olduğunun kabul edilmesi, entelektüel sermaye kavramının ortaya çıkmasına ve gelişmesine zemin

hazırlamıştır (Çalışkan, 2015: 122). Ayrıca modern işletme yöntemlerinde bilginin önemli bir sermaye unsuru olarak görülmesi, günümüz işletmeleri için bilgi ve bilgi yönetiminin önemini açıkça ortaya koymaktadır. Şirketlerin bilgi toplaması, işlemesi, yorumlaması ve ekonomik değere dönüştürmesi, son zamanlarda entelektüel sermaye kavramına olan ilginin artmasına neden olmuştur (Alagöz ve Özpeynirci, 2007: 168). Yapılan açıklamalara ek olarak bilgi hammadde ve bilgi bitmiş bir üründür. İşletme yöneticileri bilgiler sonucunda ortaya çıkan temel verilerle çıkarımlarda bulunarak karar verme eğiliminde bulunurlar. Dolayısıyla entelektüel sermaye ve unsurları, bilginin aksine bilginin etkin kullanımını amaçlamaktadır (Bontis, 1998: 67).

2.2.Entelektüel Sermaye Tanımı, Kapsamı ve Gelişimi

Entelektüel sermaye, birçok disiplini kapsayan geniş bir literatüre sahiptir. Bu durumda, "maddi olmayan varlıklar", "bilgi" ve "bilgi yönetimi" gibi kavramlarla yakından ilgilidir. Lev (2001)'e göre, bilgi, maddi olmayan varlıklar ve entelektüel sermaye terimleri yaygın olarak birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Aslında aynı şeyi ifade eden bu terimler, muhasebe literatüründe maddi olmayan duran varlıklar, iktisatçılarda bilgi varlıkları olarak, yönetim ve hukuk literatüründe ise entelektüel sermaye olarak adlandırılmaktadır (Marr ve Moustaghfir, 2005: 1115). Dolayısıyla bu terimler araştırmacılar tarafından entelektüel sermayenin eş anlamlısı olarak kullanılmaktadır (Pedro, Leitão ve Alves, 2018:408). Bu doğrultuda entelektüel sermayeyi, kurumsal hedeflere ulaşmak için değer veya rekabet avantajı yaratabilecek tüm maddi olmayan varlıkların, bilgi ve becerilerin toplam stoku olarak ifade etmek mümkündür (Chen Y., 2008: 273).

Küresel ekonomi, yenilik, bilgiye dayalı varlıklar, müşteri ilişkileri ve temel yetkinlikleri içeren maddi olmayan varlıklar tarafından yönlendirilir (Dumay, 2009: 190). Maddi olmayan varlıklar işletmelerin başarı sağlamasında ve iş dünyasında farkındalık kazanmasında son derece etkilidir. Bir işletmenin ekonomik değeri yalnızca maddi varlıklar ile değil, aynı zamanda maddi olmayan varlıklarla da ölçülmektedir. Maddi olmayan varlıklar verimli bir şekilde kullanıldığında bir işletmenin performansına olumlu yönde katkı sağlayacağını söylemek mümkündür (Reed, Lubatkin ve Srinivasan, 2009: 867). Maddi olmayan varlıklar, temel olarak

bilgi, bilgi yönetimi ve entelektüel sermaye temelli kavramlar ve uygulamalarla ilgili olarak birçok farklı biçimde tanımlanmaktadır. Maddi varlıklar nispeten durağandır, maddi olmayan varlıklar ise dinamik ve değişkendir. Dolayısıyla maddi olmayan varlıklar kapsamında değerlendirilen entelektüel sermayenin dinamik bir yapıya sahip olduğu ve küresel rekabet koşullarında işletmeye sürekli değer katan anahtar bir faktör olduğunu söylemek mümkündür.

1990’lardan sonra araştırmacılar tarafından entelektüel sermayeye ilgi artmış ve çok sayıda çalışma ile bu konunun gelişmesine katkı sağlanmıştır. Her ne kadar 1990’lı yıllardan sonra entelektüel sermaye ün kazanmış olsa da aslında bu kavramın yeni olmadığı ve ilk olarak ekonomist Nassau William Senior tarafından 1836’da yayınlanan bir kitapta ortaya çıktığını söylemek mümkündür (Marr, 2007: 4). Daha sonra entelektüel sermaye 1969 yılında ekonomist John Kenneth Galbraith ve 1975 yılında Micheal Kalecki tarafından tekrar ele alınmış ve öncü terimlerle kullanılmaya başlanmıştır (Elitok, 2019: 8). Galbraith’e göre entelektüel sermaye, bir değer yaratma süreci ve aynı zamanda bir varlık stoku olarak tanımlanmıştır (Castro ve Saez, 2008: 26). Ayrıca Galbraith entelektüel sermayeyi bir eylem süreci olarak görmesi, entelektüel sermayenin statik bir sermaye biçiminden ziyade dinamik bir sermaye olabileceğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Sveiby ve Risling 1986’da yayınladıkları “Know-How Company” isimli kitapta entelektüel sermaye konusuna vurgu yapan diğer önemli araştırmacılarıdır (O’Donnell vd., 2003: 83). 1990’lı yıllardan sonra Thomas A. Stewart (1991) gibi araştırmacılar tarafından bu kavram daha kapsamlı bir şekilde incelenmeye başlanmış ve entelektüel sermayenin temel gelişimi gerçekleşmeye başlamıştır (Pedro vd., 2018: 408).

Entelektüel sermaye, ilk ortaya çıktığından beri çok sayıda tanım geliştirilmiştir. Ancak, çeşitli tanımlar farklı akademik görüşler çerçevesinde geliştiğinden entelektüel sermayeye ilişkin literatürde kabul edilebilir tek bir tanımın olmadığını söylemek mümkündür (Chu, Chan ve Wu, 2011: 250). Bu konuda Kozak (2011), entelektüel sermaye kavramının hala az gelişmiş olduğunu ve alt bileşenlerini tanımlamak için kabul edilen tek tip bir tanımın bulunmadığını ifade etmiştir (Khaliq, Shaari ve Isa, 2011: 343). Entelektüel sermaye kavramına hem uluslararası kuruluşlar hem de akademik camiada araştırmacılar tarafından farklı şekilde

yorumlanmış ve kendi bakış açılarına göre tanımlamaya çalışmışlardır. Bu tanımlara aşağıda genel olarak değinilmiştir.

Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu-IFRS (2014), entelektüel sermayeyi veya maddi olmayan varlıkları, “mal veya hizmetlerin üretiminde veya tedarikinde, başkalarına kiralanmak üzere veya idari amaçlarla kullanılmak üzere tutulan, fiziksel bir özü olmayan, tanımlanabilir parasal olmayan varlıklar” olarak tanımlamaktadır. Ayrıca IFRS bu varlıkları, işletmeler tarafından yaratılan ve kontrol edilebilen, gelecekte işletmelere rekabet avantajı kazandıran ve ekonomik fayda sağlayan kaynaklar olarak görmektedir (Yinusa, 2018: 9). Entelektüel sermayenin tanımı ve bileşimi üzerinde bir fikir birliğine varmak için Avrupa Birliği (AB), bir entelektüel sermaye uzlaşma projesi olarak MERITUM'u hayata geçirdi. Avrupa Birliği MERITUM (2001) projesinde, entelektüel sermayeyi “beşerî sermaye, yapısal sermaye ve ilişkisel sermayenin bileşimi” olarak tanımlamıştır (Ergun ve Yılmaz, 2013: 130). Entelektüel sermayeye ilişkin en uygulanabilir tanımlardan birisi de Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD, 1999) tarafından yapılmıştır. OECD entelektüel sermayeyi, “maddi olmayan iki (yapısal ve beşerî sermaye) varlık kategorisinin işletmeye sağladığı ekonomik değer” olarak tanımlamıştır (Petty ve Guthrie, 2000: 158). Bununla birlikte OECD (2008) entelektüel sermayeyi, gelecekte ekonomik kar kaynakları olarak görülen, genellikle araştırma-geliştirme, patent ve ticari marka gibi değer yaratan içeriklere sahip fiziksel özden yoksun varlıklar olarak tanımlamıştır. Yakın bir gelecekte entelektüel sermayenin kapsamı, insan kaynakları ve yetenekleri, organizasyonel yetkinlikleri (veri tabanları, teknoloji, rutinler ve kültür) ve ilişkisel sermayeyi (tasarımlar, süreçler, müşteri ve tedarikçi ağları) içeren daha geniş bir kavrama dönüşeceğini belirtmiştir (OECD, 2008). OECD (2015) entelektüel sermayenin önemine vurgu yaparak, OECD ülkelerinde işletme yatırımlarının fiziksel varlıklara yapılan geleneksel yatırım alanlarından uzaklaşarak, daha çok maddi olmayan varlıklara kaydığını belirtmiştir. Kriz zamanlarında maddi olmayan varlıkların fiziksel varlıklara oranla daha hızlı yanıt verme esnekliğine sahip olması işletmelere ayrıca bir fayda sağlamaktadır (Pedro vd., 2018: 407).

Thomas A. Stewart organizasyonel olarak entelektüel sermaye üzerine çalışan ilk kişilerden biriydi ve bu konunun öncülerinden sayılırdı. 1991 yılında yayınladığı “Brainpower (Beyin Gücü)” adlı makalesinde ve daha sonra “Intellectual Capital

(Entelektüel Sermaye)” isimli yazdığı kitapla entelektüel sermaye kavramına geniş bir bakış açısı getirmiştir. Thomas A. Stewart (1997) entelektüel sermayeyi, işletmeler tarafından zenginlik yaratma sürecinde kullanılan entelektüel malzeme olarak ifade etmiştir. Entelektüel malzemeyi bilgi, enformasyon, fikri mülkiyet ve deneyim olarak tanımlar. Entelektüel sermayenin, bir şirketteki tüm çalışanların bildiği veya şirkete rekabet avantajı sağlayacağı her şeyin toplamı olduğuna işaret etmiştir (Erkuş, 2005:33; Stewart, 1997:20). Edvinsson ve Sullivan (1996) entelektüel sermayeyi, değere dönüştürülebilen bilgi olarak tanımlar. Bu tanım, buluşları, fikirleri, genel bilgileri, tasarımları, bilgisayar programlarını veri süreçlerini ve yayınları kapsayacak şekilde çok geniştir. Ayrıca, bu yazarlar teknolojik yeniliklerle veya yalnızca kanunla korunan fikri mülkiyet biçimleriyle (patentler, ticari markalar, ticari sırlar gibi) sınırlı olmadıklarını belirtmişlerdir (Edvinsson ve Sullivan, 1996: 358). Buna benzer bir tanım Edvinsson ve Malone (1997) tarafından gelmiştir. Bu tanıma göre entelektüel sermaye, “işletmelere faaliyetleri sonucunda değer ve rekabet avantajı yaratan uygulanabilir tüm bilgilerin toplamı” olarak ifade edilmiştir. Bontis (2001), entelektüel sermayeyi, bir şirketin bilançosunda kayıtlı olmayan ancak gelecekte işletmeler için değer yaratacak olan bir işletmenin/kurumun varlığı olarak açıklamıştır (Yinusa, 2018: 10). Klein ve Prusak (1994), entelektüel sermayeyi, resmileştirilebilen, edinilebilen ve daha yüksek değerli varlıklar üretmek için kullanılabilen bir bilgi malzemesi olarak tanımlayarak evrensel bir tanımın oluşturulmasına katkıda bulunmuştur (Meditinos, Chatzoudes, Georgios ve Tsairidis, 2011: 133).

Roos vd. (1997), entelektüel sermayenin süreçleri ve maddi olmayan varlıkları (telif hakları, patentler, ticari markalar) içerdiğini ve bu süreçlerin ve maddi olmayan varlıkların modern muhasebe tekniklerinde görünmediğini belirtmiştir. Ayrıca Roos ve arkadaşları entelektüel sermayenin, işletme için değer yaratacak çeşitli bilgiler yaratmak ve kullanmak için entegre bir şekilde çalışan bir işletmenin beşerî (insan) ve yapısal (organizasyon) varlıklarından oluştuğunu ifade etmiştir. Sveiby (2001)’ye göre entelektüel sermaye, bir işletmenin maddi olmayan görünmeyen değerleridir. Bu değerler; çalışanların yeteneklerinden, iç ve dış yapıyı oluşturan unsurlardan oluşmaktadır. Eğitim, tecrübe, bilgi ve performans yeteneği gibi faktörler çalışanların yeteneklerini oluştururken; yönetim, patentler, ticari sırlar, telif hakları, araştırma ve geliştirme yetenekleri, yazılım sistemleri vb. unsurlar içyapıyı; imaj, marka değeri,

müşteri ilişkileri vb. unsurlar ise dış yapıyı oluşturmaktadır (Sveiby, 2001: 345). Chen (2008)'de entelektüel sermayeyi, şirketin mükemmellik hedeflerine ulaşmak için değer yaratan ve rekabet avantajı sağlayan tüm maddi olmayan varlıklar, bilgi ve yeteneklerin tümü olarak değerlendirmiştir (Odabaşoğlu, 2019: 3). Smith (1994) maddi olmayan varlıklar olarak değerlendirdiği entelektüel sermayeyi, çalışma sermayesi ve maddi varlıklara ek olarak faaliyet gösteren bir ticari işletmenin tüm unsurlarını kapsayan bir kavram olarak tanımlamıştır. Hall (1992), maddi olmayan varlıkları, “işletmenin üretken kaynaklarını katma değerli varlıklara dönüştüren ve işletmeye güç katan varlıklar” olarak tanımlamıştır. Hall bu varlıkları bilgi varlıkları ve entelektüel zenginlik olarak iki kategoriye ayırmıştır (Choong, 2008: 613).

Maddi olmayan varlıklar ve entelektüel sermaye kavramları yukarıda yapılan tanımlar çerçevesinde birbirinin yerine kullanıldığını söylemek mümkündür. Tanımların çok net olmadığı ve tek bir tanım üzerinde hemfikir olunmadığı görülmektedir. Bu, büyük ölçüde, kavramların çok boyutlu doğasından kaynaklanmaktadır. Geniş entelektüel sermaye veya maddi olmayan varlıklar yelpazesi, farklı disiplinlerde ve alanlarda çeşitli şekillerde görünmelerini sağlar. Örneğin, muhasebe söz konusu olduğunda, bu varlıklar finansal olmayan varlıklar olarak kabul edilirler. Fiziksel özleri olmayan, ancak işletmeler tarafından yasal haklarla tanımlanabilen ve kontrol edilebilen varlıklar olarak görülürler. İnsan kaynakları, entelektüel sermayeyi ve maddi olmayan varlıkları çalışanların becerileri, bilgileri ve tutumları olarak görebilir. Pazarlama açısından bu varlıklar, pazarda marka bilinirliği ve yüksek müşteri memnuniyeti sağlayarak iş başarısını etkileyen varlıklar olarak görülmektedir. Ayrıca bilgi teknolojileri, yazılım uygulamalarını, ağ yeteneklerini ve yapay zekâ gibi kavramları entelektüel sermaye kapsamında değerlendirebilirler (Marr, 2005: 14).

Yapılan bütün bu tanımlamalardan sonra, entelektüel sermayeyi “bir firmaya gelecekte rekabet avantajı sağlamayı başaran, onu diğer şirketlerden farklılaştıran, temeli bilgi odaklı olan patent, telif hakları gibi maddi unsurların beraberinde, işletmenin sahibi olduğu insan gücü, müşterilerle olan ilişkileri, örgütsel yapısı, örgüt kültürü gibi, işletme bilançolarında görülmeyen varlıkların bütünü” olarak tanımlayabiliriz (Karacaer ve Aygün, 2009: 130). Ayrıca günümüzün iş dünyasında entelektüel sermaye, organizasyonel gelişimi destekleyen ve rekabet gücünü artıran en

kritik faktörlerden biridir. Entelektüel sermaye genellikle doğası gereği soyuttur ve değerini belirlemede zorluklarla karşılaşır. Entelektüel sermayeyi tanımlamanın ve açıklamanın yaygın yolları arasında değer yaratmak, kuruluşun rekabet avantajını ve başarısını artırmak yer alır. Entelektüel sermaye, zenginlik yaratmaya ve değerli varlıkları üretmeye yardımcı olur. Bir işletmenin entelektüel sermayesi, esas olarak şirketin geleceğini belirleyen zengin yaratıcılık ve inovasyon yetenekleri olarak ifade edilir (Abdulaali, 2018: 1).

2.3.Entelektüel Sermayenin Önemi

Son yıllarda endüstriyel çağdan bilgi çağına bir geçiş olduğunu söylemek mümkündür. Sanayi çağında, bir işletmenin binalar, makineler, tesis ve ekipman gibi maddi olmayan varlıkları ekonomik gücün kaynağı olarak görmekteydiler. Günümüzde yani bilgi çağında özellikle ticaret savaşlarının yoğun yaşandığı dönemde, yetkinlikler, süreçler ve insanlar gibi entelektüel varlıklar, mevcut ve gelecekteki zenginliğin gizli kaynakları olarak görülmektedir (Guthrie, Cuganesan ve Ward, 2007: 2). Entelektüel sermaye varlıklarını etkin ve verimli bir şekilde kullanan işletmeler sürdürülebilir rekabet avantajı kazanarak değişen ekonomik şartlara hızlı bir şekilde ayak uydurabilecektir. Dolayısıyla işletmelerin hayatta kalabilmeleri ve küresel ekonominin getirdiği yoğun rekabet ortamına ayak uydurabilmeleri için entelektüel sermaye son derece önemli bir konu haline gelmiştir. Entelektüel sermayenin tanımlarından da anlaşılacağı üzere, işletmelerin iş dünyasında rekabet edebilirlik gücünü ve başarısını büyük bir ölçüde yarattıkları entelektüel sermayeden aldıkları görülmektedir.

Bir işletmede veya kuruluştaki entelektüel sermaye anlayışı, maddi olmayan kaynaklarını, geleneksel fiziksel ve finansal kaynaklarla birlikte, istenen hedeflere daha iyi ulaşmak ve hızla değişen küresel ekonomide başarılı bir şekilde ilerlemek için bu varlıkları nasıl geliştirilebileceğini ve kullanılabileceğini görmeye yönelik bir çerçeve sağlar. Bilgi, bir işletmenin mal ve hizmet üretiminde veya tedarikinde her zamankinden daha büyük bir bileşen haline gelmiştir. Bir işletmenin, organizasyon yapısının işleyişine ve üretim araçlarındaki otomasyon sistemlerine giderek daha fazla yerleşmeye devam etmektedir. Örneğin otomobil üretiminde kullanılan robotik

kodlama uygulamaları ve otomasyon sistemleri, geleneksel olarak insan gücünden elde edilen verimden daha güçlüdür. Bu durum organizasyonlarda zamanında üretim, sıfır atık, düşük maliyet gibi avantajları beraberinde getirerek işletmelere çok yönlü faydalar sağlamaktadır. Başka bir örnek günümüzde dünya çapında devletlerin/işletmelerin kıyasıya rekabet içinde oldukları yer altı kaynaklarıdır. Petrol vb. yer altı kaynakları eskiden geleneksel yöntemler ile keşfedilmesi ve çıkarılması oldukça güç bir hal almaktaydı. Fakat günümüz koşullarına baktığımızda elinde bilgiye dayalı teknolojileri olan ve entelektüel sermayesi güçlü olan devletler veya işletmeler yer altı kaynaklarını hızlı bir şekilde keşfedebilmekte ve okyanus derinlikleri gibi ulaşılması en zor olan yerlerde bile kolayca çıkarabilmektedir (Chatzkel, 2002: 3).

Entelektüel sermaye, 21. yüzyılda büyük servet yaratan birçok ticari değer in merkezi haline geldi. Özellikle günümüze kadar bilgi temelli şirketler entelektüel sermayeden önemli değerler elde etti ve etmeye de devam etmektedir. Günümüz koşullarında entelektüel sermaye alt yapısı olmayan veya zayıf olan bir işletmenin başarılı olması zordur. En güçlü şirket artık en büyük maddi ve fiziksel varlığa sahip şirket değil, entelektüel sermayesini artırabilen ve bu sermayeyi en etkin ve verimli bir şekilde yönetip kullanabilen şirkettir (Şahin C. , 2011: 91). Bu nedenle mal ve hizmet sektöründe entelektüel sermaye geçmişte olduğu gibi günümüzde de önemi giderek artmaya devam etmektedir. Entelektüel sermaye veya bilgiye dayalı varlıklar bir işletmenin en önemli rekabet aracıdır. Dolayısıyla işletmelerin rakiplerine karşı avantaj sağlaması ve gelecekteki başarıları için elinde bulundurdukları entelektüel sermaye kapsamındaki varlıkları iyi bir şekilde yönetmeleri gerekir (Yıldız ve Genç, 2020: 22). Ayrıca entelektüel sermaye, bir işletmenin faaliyetlerini organize etmek ve sürdürmek için koruması gereken varlıkları belirleme ve bunun için gerekli uygulamaları yapma fikrini içerir (Paksoy ve Öztürk, 2006: 136). Her işletmede entelektüel sermaye vardır; ancak çok az işletme bu potansiyelin farkındadır (Altunoğlu ve Demir, 2012: 298). Entelektüel sermaye farkındalığı, tüm işletmeyi kapsayan ve her alanda uyum ve gelişimi sağlayan uzun vadede işletmeye değer katan önemli bir faktördür.

Entelektüel sermaye, günümüz iş dünyasında ekonomik zenginlik yaratmanın en önemli kaynağı haline gelmektedir. Maddi varlıkların yanında maddi olmayan

varlıklar hem mal hem de hizmet üretiminde önemli bir faktör olmaya devam etmektedir. Bununla birlikte, maddi olmayan, bilgiye dayalı varlıkların önemi arttıkça, işletmelerin uzun vadede sağlayacağı değer ve rekabet üstünlüğü de giderek artmaya devam edecektir. Entelektüel sermayenin önemini kavrayan işletmeler, marka değeri, ticari sırlar, üretim süreçleri, dağıtım kanalları ve işle ilgili yetkinlikler gibi faktörlerin gelişimine de zemin hazırlayacaktır. Ayrıca entelektüel sermayenin yarattığı önemin farkında olan kuruluşlar, bu varlıklardan elde edilen verimi en üst düzeye çıkarmak için en etkili yönetim süreçlerini uygulamaya çalışacaklardır. Buradan hareketle entelektüel sermaye sadece bilgiye dayalı organizasyonlarda değil aynı zamanda diğer tüm organizasyon türlerinde de giderek önemli bir hale gelmektedir. Sonuç olarak, işletmelerin günümüzün dünya ekonomisinde başarılı bir şekilde rekabet edebilmesi ve uzun vadede değer yaratabilmesi için entelektüel varlıkların iyi anlaşılması ve düzgün bir şekilde yönetilmesi kritik önem taşımaktadır.

2.4.Entelektüel Sermayenin Bileşenleri

Yukarıda yapılan tanımlardan hareketle, entelektüel sermaye bir işletmenin kar elde etmesi veya işletmeye yarar sağlayacak herhangi bir amaç için kullanılabilecek insan kaynağı bilgisidir. Ayrıca işletmeye rekabet avantajı sağlayan bilgiye dayalı maddi olmayan varlıklardır. Başka bir deyişle, şirketin kâr elde etmek, müşteri çekmek, yeni bir ürün oluşturmak, mevcut ürünü veya iş performansını geliştirmek için kullanabileceği bilgi kaynaklarıdır. Buradan hareketle fiziksel ve finansal sermaye ile birlikte entelektüel sermaye, işletmelere ve paydaşlara değer katan, sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayan hayati bir öneme sahip tüm maddi olmayan kaynaklardır. Dolayısıyla yapılan tanımlar çerçevesinde entelektüel sermayeyi bileşenlerine ayırarak tanımlamak konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

Entelektüel sermaye kavramı kapsamında yapılan çalışmalara bakıldığında araştırmacılar bir işletmenin veya kuruluşun fiziksel ve finansal varlıklar kapsamına girmeyen entelektüel sermaye varlıklarını veya kaynaklarını çeşitli bileşenlere ayırmıştır. Entelektüel sermayenin evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımı olmadığı gibi, entelektüel sermayenin bileşenlerine ilişkin evrensel bir sınıflandırmanın da

olmadığını söylemek mümkündür. Örneğin Johan Roos (1998) süreç odaklı olarak değerlendirdiği entelektüel sermaye varlıklarını insan ve yapısal sermaye olarak iki farklı sınıfa ayırmıştır (Roos, 1998: 151). Wu ve Tsai (2005) entelektüel sermayeyi sosyal sermaye ve teknolojik sermaye olmak üzere iki kategoride sınıflandırmıştır. Daha sonra İsmail (2005) bu bileşenlere manevi sermayeyi de ekleyerek daha kapsamlı bir şekilde ele almıştır. Ramezan (2011) ise entelektüel sermayeyi, beşerî (insan) sermaye, örgütsel (yapısal) sermaye, teknolojik sermaye, sosyal sermaye ve iş süreci (müşteri) sermayesi olmak üzere beş kategoride sınıflandırmıştır (Yinusa, 2018: 10). Khalique vd. (2013), insan sermayesi, müşteri sermayesi, yapısal sermaye, sosyal sermaye, teknolojik sermaye ve manevi sermaye olmak üzere altı boyutta değerlendirmiştir (Khan, 2014: 299). Bu doğrultuda araştırmacıların yaptıkları sınıflandırmalar neticesinde, entelektüel sermaye bileşenleri üzerinde tek bir sınıflandırmanın olmadığı ve araştırmacıların görüşleri doğrultusunda farklı şekilde sınıflandırıldıkları anlaşılmaktadır. Fakat entelektüel sermaye bileşenleri üzerinde ortak bir görüşün olmamasına rağmen popüler olan ve araştırmacılar tarafından sıkça kullanılan, genel olarak kabul görmüş entelektüel sermaye bileşenlerini insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi olarak üç sınıfa ayırmak mümkündür (Stewart,1997; Sveiby,1997; Edvinsson ve Sullivan,1996: 357; Bontis,1998: 66; Petty ve Guthrie, 2000: 160; Chatzkel, 2002: 10; Abeysekera, 2006: 12; Yıldız, 2011: 12; Sarıay ve Özulucan, 2019: 14). Ancak genel kabul görmüş bu bileşenlere ait benzer sınıflandırmalar yapılmasına rağmen birbirlerine yakın anlamda fakat farklı yapılarda tanımlandığını söyleyebiliriz. Bilimsel çalışmalarda sıkça kullanılan entelektüel sermaye bileşenlerini Tablo 2.1’de görmek mümkündür.

Tablo 2. 1. Entelektüel Sermaye Kavramı Bileşenlerine İlişkin Sınıflama

Yazar	Ülke	Sınıflama
Edvinsson ve Malone (1997)	Skandia Value Scheme (İsveç)	İnsan sermayesi Yapısal sermaye
Bontis (1998)	Kanada	İnsan sermayesi Yapısal sermaye Müşteri sermayesi
Stewart (1997)	Amerika	İnsan sermayesi Yapısal sermaye Müşteri sermayesi
Saint-Onge (1996)	Canadian Imperial Bank of Commerce (Kanada)	İnsan sermayesi Yapısal sermaye İlişkisel sermaye
Sveiby (1997)	Intangible Assets Monitor (Avustralya)	Çalışanların yetkinlikleri İçsel Yapı Dışsal Yapı
Van Buren (1999)	American Society for Training and Development (Amerika)	İnsan sermayesi Yenilik sermayesi Süreç sermayesi Müşteri sermayesi
Roos et al. (1998)	İngiltere	İnsan sermayesi Yapısal sermaye İlişkisel sermaye
O'Donnell and O'Regan (2000)	İrlanda	Çalışanlar İçsel yapı Dışsal yapı

Kaynak: Görmüş, 2009:62.

Tablo 2.1’de görüldüğü üzere entelektüel sermaye bileşenlerine ait sınıflamalar araştırmacıların görüşleri doğrultusunda farklı ülkelerde farklı şekilde yapılandığını söylemek mümkündür. Genel olarak bu sınıflama (insan sermayesi, yapısal sermaye, müşteri sermayesi) olmak üzere üç bileşen şeklinde sınıflandığını söyleyebiliriz. Bu bileşenlere ait tanımlamalar ve bilgiler aşağıda ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır.

2.4.1. İnsan (Beşerî) Sermayesi

Sanayi devrimi sırasında, işçiler makinelerin ve üretim tesislerinin uzantıları olarak kabul ediliyordu. İnsanın değerinin fiziksel sermayenin değerinden daha düşük olduğu düşünülüyordu. Bu dönemde, iktisatçılar tarafından çalışanlar, özellikle de alt kademelerde bulunanlar mali açıdan değerlendirme kapsamına alınmamaktaydı. Bu durum İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra değişmeye başladı. İnsanların işletmelerde ve kuruluşlarda önemi ön plana çıkmaya başladı. Çünkü insanlar ekonomik büyümenin

ve gelişmenin itici gücü olduğuna inanılıyordu. Bu dönemlerde organizasyonlar, rekabet ortamında hayatta kalmak ve sürdürülebilir büyüme sağlamak için bilgi çalışanlarının gereksinimlerinin farkına vardılar (Santoso, 2011: 34).

İnsan Sermayesi, özellikle 1950'lerin sonunda ve 1960'larda önemli bir ekonomik kavram olarak ortaya çıkmaya başladı. Beşerî sermaye kavramı Mill, Marshall ve Smith'in çalışmaları ile literatüre girdi. Daha sonra, Berker, Denison ve Schultz, günümüz insan sermayesi kavramını geliştirerek, çoğu araştırmanın ortak görüşlerine dayanarak kullanılmaya devam etmektedir (Hobikoğlu, 2011: 91). Theodore Schultz, Berker, Denison gibi ekonomistler, eğitimin rolünden bahsederek, ekonomik kalkınma ve büyüme için eğitimin öneminin kaçınılmaz bir faktör olduğunu belirtmişlerdir. Bu önem “yetkinlik” ve “uzmanlaşma” kavramları çerçevesinde şekillenmektedir. Bu iktisatçılar işletmelerin, çalışanların genel ve mesleki eğitimine yatırım yaparken aslında kendi ekonomilerine yatırım yaptıklarını ve uzun vadeli kazanç sağladıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla bu ekonomistler, iş görenlerin çeşitli insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile yeteneklerini geliştirmelerine imkân sağlayacakları kanaatine varmışlardır. Buradan hareketle çalışanların bilgi, beceri ve yeterlilikleri sermaye metaforu kapsamında ele alınarak insan sermayesinin gelişmesine zemin hazırlamıştır (Kaya, Şahin ve Poyraz, 2010).

İşletmeler için çalışanların yeterliliği önemlidir. Bu yeterlilik, ortaya çıkabilecek olumlu veya olumsuz durumlarda hareket edebilme kapasitesidir. Çalışan yeterlilikleri beceri, eğitim, deneyim, değerler ve sosyal ilişkileri içerir (Akpınar ve Akdemir, 2000: 334). Ayrıca beşerî sermaye, mesleki yeterlilik ve sosyal yeterlilikleri de içerir. Mesleki yeterlilik, çalışanın kariyeri boyunca çalıştığı bir işte kazandığı deneyim ve uzmanlıktır. Mesleki yeterliliğe katkıda bulunan faktörler arasında eğitim, yükseköğrenim fırsatları, çalışma yoluyla pratik deneyim, kurslar ve seminerler bulunmaktadır. Sosyal yeterlilik kişilerarası becerileri, başkalarıyla iyi ilişki kurma yeteneğini, iletişim kurma yeteneğini ve yapıcı bir şekilde tartışma yeteneğini ifade eder. Sosyal yeterlilik çalışanların örgüt içinde daha iyi iş birliğini ve iletişimi sağlayan verimlilik ve motivasyonu artıran, öğrenme yeteneklerini geliştiren yeterliliktir (Swart, 2006: 142).

İnsanlar iş dünyasındaki tek gerçek temsilcilerdir. İster somut fiziksel ürünler ister somut olmayan ilişkiler olsun, tüm varlıklar, yapılar ve ilişkiler insan eyleminin sonucudur. Ayrıca bu varlıkların devamı ve gelişimi insanların becerilerine ve yetkinliklerine bağlıdır (Akpınar ve Akdemir, 2000: 334). İnsan sermayesi kuruluşlar için daha önemli hale geldikçe, bir kuruluştaki insan kaynakları faaliyetlerinin kuruluşun stratejisine bağlanması gerekir. İnsan sermayesi yatırımları, birçok kuruluşun sadece hayatta kalmak için değil, aynı zamanda gelişmek için yapacağı en önemli yatırımdır (Vargas-Hernandez ve Noruzi, 2010: 185). Bir kuruluşun stratejisi, kuruluşun hizmet vermeyi planladığı pazarı, kuruluşun üretmeyi düşündüğü ürün veya hizmetleri ve üretilen ürünleri veya hizmetleri müşterilere sunan dağıtım sistemleri dâhil olmak üzere hedeflerine ulaşmayı planladığı çerçeveyi tanımlar. Bu strateji çerçevesinde işletmelerin amaçlarına, belirlenen hedeflere ve planlara ulaşabilmesi ve iş stratejilerini etkin bir şekilde gerçekleştirebilmesi organizasyon içindeki insan kaynaklarının uzmanlaşma dercesine, yeterliliğine ve yetkinliğine bağlıdır. Buda insan sermayesinin kuruluşlar için hayati bir öneme ve değere sahip olduğunu açıkça ortaya koymaktadır (Vargas-Hernandez ve Noruzi, 2010: 185).

İnsan sermayesi, Becker'in (1994) beşerî sermaye teorisine dayanır ve tipik olarak bireysel çalışanların zihninde yerleşik olan örtük bilgiyi temsil eder. Bu bilgi çalışanların becerilerini, deneyimlerini, yaratıcılıklarını, bireysel yeterliliklerini, entelektüel çevikliklerini ve yenilikçiliğini içerir. İnsan sermayesi bireysel yetkinlikler ve tutumlar gibi belirli insan kaynakları unsurlarını da içermektedir (Harris, 2018: 8). İnsan sermayesi, çalışanın eğitime ve yeterliliğine yapılan yatırımların toplam değeridir. Çalışanların zihninde gömülü olan, ayrıldıklarında yanlarına alacakları örtük bilgidir. Bu örtük bilgi işletmelere ait olmayan, sadece bulunduğu kişide deneyim ve tecrübe yoluyla başkalarına aktarılabilen veya kiralanabilen bilgidir (Gross-Golacka, Kusterka-Jefmanska ve Jefmanski, 2020: 6).

Stewart (1997, 1999), çalışan sermayesini, örgütsel kültür ve yeniliğin kaynağı olarak görmüştür. Ayrıca, işletmeleri yeniliğe ve değer yaratmaya götüren bireylerin benzersiz yetenekleri ve sektöre özgü uzmanlığı olarak tanımlar (Harris, 2018: 8). Becker (1975) beşerî sermaye kavramını, şirketlerin çalışan sermayesini yalnızca değer verilmesi gereken kaynaklar olarak değil, aynı zamanda uzun dönemler boyunca gelir sağlamak ve diğer yararlı çıktılar elde etmek için yatırım yapılabilecek “sermaye”

olarak ifade etmiştir. Edvinsson ve Malone'ye (1997) göre insan sermayesi, kuruluşlardaki yönetici ve çalışanların deneyim, beceri, yaratıcılık ve yeteneklerinin toplamıdır. Guthrie (2001) insan sermayesini, bir işletmenin kurumsal kabiliyeti olarak kabul etmektedir (Zerenler, Hasiloglu ve Sezgin, 2008: 32). McGregor ve ark. (2004), insan sermayesinin yalnızca bir işletmenin işgücü için daha geniş bir insan kaynağı düşüncesi olmadığını, aynı zamanda çalışanların kişisel bilgi, beceri ve nitelikleri için daha spesifik bir kişisel yetenek gereksinimi olduğunu belirtmiştir (Nazari ve Herremans, 2007: 596).

Sonuç olarak beşerî sermaye, işletmelerin sürdürülebilir gelişimlerini sağlayan çalışanların sahip olduğu çeşitli beceri, eğitim, bilgi ve yeteneklerini ifade eder. İnsan sermayesi, işletmelerin kişisel bilgi stoğu olmasına rağmen, çalışanlar tarafından temsil edilir ve işletmelerin buluşlarının ve stratejik yeniliklerinin ana kaynağıdır. Diğer sermaye türleri veya varlıklarla karşılaştırıldığında insan sermayesi, işletmelerde en değerli varlık olarak kabul edilir. Aynı zamanda entelektüel sermaye konusunda öncü araştırmacılar (örneğin; Edvinsson ve Malone, 1997; Stewart, 1997; Bontis, 1998) insan sermayesini entelektüel sermayenin ana bileşeni olarak kabul etmekte ve insan sermayesi olmadan şirkette hiçbir faaliyetin yürütülemeyeceğini ifade etmektedirler (Yinusa, 2018: 12). Roos ve Roos (1997) ve Shaari ve diğerlerine (2010) göre, başarılı bir şekilde entelektüel sermaye yaratmak, entelektüel sermayenin kalbi olan insan sermayesinin yetkinliğine, bilgisine ve zekâsına dayanmaktadır. Bu doğrultuda insan sermayesi, maddi varlıkların kullanımında sadece örgütsel verimliliği artırmakla kalmaz, aynı zamanda maddi olmayan varlıkların yaratılmasında da etkin bir rol oynar (Makki ve Lodhi, 2014: 313).

İnsan sermayesi, bir örgütün insan kaynakları ile ilgili soyut değerlerini oluşturur. Bilgi, yeterlilik, beceriler ve deneyimler dâhil olmak üzere, insanların tüm yönleri beşerî sermayenin bir parçası olacaktır. İnsan sermayesi, ilişkisel(müşteri) sermaye ve yapısal sermaye ile entelektüel sermaye çerçevesi altında birleşimi hem örgütsel hem de ulusal çapta servet yaratmanın anahtar bir kaynağı haline gelecektir. Entelektüel sermayenin merkezi, organizasyon veya ulusal toplum içinde her bireyin yetenek havuzundan inşa edilir. Bu, neredeyse sınırsız yenileme kapasitesine sahip insan sermayesi haline gelir. Kuruluşlar insan sermayesinin yenilenmesini desteklemelidir. İnsan sermayesinin yaratıcı yönünü beslemeyi başaran işletme

yönetimi muazzam bir yenilikçi örgüt potansiyeline sahip olacaktır. Buda beraberinde işletmelere sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmasında önemli bir avantaj sağlayacaktır (Santoso, 2011: 45).

2.4.2. Yapısal (Organizasyonel) Sermaye

Yapısal sermaye, bir organizasyonun hedeflerinin uygulanmasına katkıda bulunan prosedürler veri tabanları, organizasyon şemaları, süreçler, stratejiler, rutinler ve işletme için çok değerli olan insan dışındaki tüm bilgi depolarını kapsayan içyapılar kümesidir. Ayrıca yapısal sermaye organizasyondaki insan dışı kaynaklar hakkındaki bilgileri veya beşerî sermaye tarafından üretilen mal ve hizmetlerin üretimini, hammadde tedarikini ve dağıtımını gerçekleştiren işletme altyapısına dayalı bilgileri içerir (Elitok, 2019: 25). Yapısal sermaye entelektüel sermayenin özel ve önemli bir unsurudur. Aynı zamanda insan sermayesinin yenilikçi ve yaratıcı bilgisi sonucunda işletmeye değer yaratan ürünlerin veya hizmetlerin ortaya çıkmasını sağlayan destekleyici bir altyapıdır. Destekleyici altyapı insan sermayesinin düzgün işlemlerini sağlar. Bir kuruluşa aittir ve çalışanlar işletmelerden ayrılrsa bile organizasyon içinde kalmaya devam eden bir entelektüel sermaye bileşenidir.

Daha önce belirtildiği gibi, yapısal sermaye; süreçleri verileri, sistemleri, tasarımları ve bilgileri içerdiği gibi, bu süreçlerin, tasarımların ve verilerin fikri mülkiyet yasaları aracılığıyla korunmasını sağlayan unsurları da (patentler, ticari markalar, telif hakları ve ticari sırlar gibi) içerir. Ayrıca yapısal sermaye, bir işletmeye verimlilik ve yenilikler sağlar. Yapısal sermaye, bilgi çıktılarının ve örgütsel sonuçların bir organizasyonda ne kadar başarılı olup olmadığını gösterir. Yapısal sermaye içinde meydana gelecek herhangi bir boşluk hem insan sermayesi hem de müşteri sermayesi süreçlerini ve değerini olumsuz yönde etkiler. Yapısal sermaye organizasyon içindeki yapıların standardizasyonunda kullanılsa da işletmeler yapısal sermayeyi, faaliyet gösterdiği pazarlarda veya dış ilişkilerde rekabet avantajı yaratmak için de kullanmaktadır.

Yapısal sermayenin, süreçleri, politikaları, stratejileri ve prosedürleri içerdiğini daha önce ifade etmiştik. Fakat bazı görüşler, yapısal sermayeyi örgütsel kültür, örgütsel süreçler, bilgi sistemleri, inovasyon süreçleri, yönetim tarzları ve teknolojik altyapının bir kombinasyonu olduğunu da ifade etmişlerdir. Örneğin Bernard Marr

(2008) yapısal sermaye kavramını, çok çeşitli hayati unsurları kapsayan entelektüel sermayenin önemli bir bileşeni olarak görmüştür. Bunların başında genellikle, kuruluşun temel işletme süreçleri, bu süreçlerin nasıl yapılandırıldığı, politikalar, bilgi akışları ve veri tabanları, liderlik ve yönetim tarzları, örgütsel kültür ve teşvik faaliyetleri gelmektedir. Bununla birlikte, yasal olarak korunan maddi olmayan kaynaklarda (patentler, ticari sırlar, ticari haklar vb.) bu unsurlara dâhil edilebilir. Bernard Marr (2008) yapısal sermayeyi, örgütsel kültür, uygulamalar ve rutinler ve fikri mülkiyet olarak alt kategorilere ayırmıştır. Örgütsel kültür, kurumsal kültürü, organizasyonel değerleri ve yönetim felsefelerini içerir. Çalışanlara olayları açıklamak ve bu doğrultuda hareket etmelerini sağlayan genel bir çerçeve sağlar. Çalışanları iş hedeflerine ulaşmak için bireysel veya ekip halinde çalışmaya teşvik eden yapısal bir sermaye unsurudur. Uygulamalar ve rutinler, resmi (biçimlendirilmiş) veya gayri resmi (biçimlendirilmemiş) prosedürler ve kurallar olarak organizasyon içi uygulamaları ve süreçleri ifade eder. Resmi uygulamalar ve rutinler, kodlanmış prosedürleri ve kuralları sağlayan süreç kılavuzlarını; gayri resmi rutinler ise, herkes tarafından anlaşılan (ancak biçimlendirilmemiş) davranış ve iş akış süreçlerini içerir. Fikri mülkiyet ise, sahip olunan veya yasal olarak korunan maddi olmayan kaynakları ifade eder. Patentler, telif hakları, ticari markalar, tescilli tasarımlar, ticari sırlar gibi işletmelere kanunla verilen hak ve süreçleri kapsar (Marr, 2008: 6).

Aramburu ve Saenz (2011), Sveiby'nin (1997) entelektüel sermayenin iç ve dış yapı arasındaki klasik ayrımından yola çıkarak, içyapı olarak değerlendirdikleri yapısal sermayeyi, örgütsel sermaye ile teknolojik sermaye olmak üzere iki kategoride incelemişlerdir. Örgütsel sermaye, işletme faaliyetlerini etkili ve verimli bir şekilde organize edip geliştirebilen, açık ve örtük bilgiyi içinde barındıran, resmi ve gayri resmi yapıya sahip bir dizi maddi olmayan varlıklar kümesini ifade eder. Örgütsel sermaye, organizasyonel tasarım, organizasyon kültürü, strateji, organizasyon politikaları ve yönergeleri gibi unsurları kapsar. Teknolojik sermaye, bir işletmenin teknolojik altyapı ve işletim sistemini oluşturan faaliyetlerin ve işlevlerin geliştirilmesiyle doğrudan bağlantılı olan maddi olmayan varlıkların toplamıdır (Aramburu ve Saenz, 2011: 310). Benzer şekilde Lytras ve Edvinsson (2008), bilgiye dayalı altyapı, inovasyon sermayesi ve organizasyonel süreçler olmak üzere üç tür yapısal sermaye unsurundan bahsetmişleridir. Lytras ve Edvinsson, bu unsurları

örgütsel yapılara, süreçlere, uygulamalara ve politikalara gömülü bilginin değerini ölçen temel yapısal sermaye kategorileri olarak tanımlar (Lytras ve Edvinsson, 2008: 23).

Chatzkel (2002) göre yapısal sermaye, beşerî sermayenin somutlaştırılması, güçlendirilmesi ve desteklenmesidir. Aynı zamanda, bilgi materyallerinin iletimi ve depolanması için fiziksel sistemler de dâhil olmak üzere bir işletmenin kapasitesidir. Yapısal sermaye, bir şirketin kurumsal (organizasyon) sermayesinin, yenilik (inovasyon) sermayesinin ve işletme sermayesinin ürünüdür (Chatzkel, 2002: 10). Bu doğrultuda Chatzkel (2002) yapısal sermayeyi, organizasyon sermayesi, inovasyon sermayesi ve işletme sermayesi olmak üzere üç kategoride değerlendirmiştir. Organizasyon sermayesi, bir işletmenin sistemlerine, süreçlerine, altyapısına, tedarikçilere ve dağıtım kanallarına yaptığı yatırımdır. İşletmeler organizasyon sermayesi ile beşerî sermaye tarafından yaratılan sistematik ve kodlanmış yetkinlikleri harekete geçirme olanağı sağlayan işletmenin altyapı sistemidir. Yenilik (inovasyon) sermayesi, bir işletmenin fikri varlıklarının, patentler, telif hakları, ticari markalar ve ticari sırlar gibi unsurları içerir. Ayrıca bir işletmenin organizasyon yapısını yenileme yeteneğidir. İşletme sermayesi ise, bir işletmenin mal ve hizmetlerin yaratılmasını, iç ve dış müşterilere teslim edilmesini sağlayan tüm süreçlerdir (Chatzkel, 2002: 10).

Sonuç olarak yapısal sermaye, organizasyondaki insan sermayesinin çalışma koşullarını sağlayan ve iş performansını destekleyen altyapı sistemleridir. Ayrıca patentler veri tabanları, yapılar, sistemler, mekanizmalar, rutinler ve süreçler aracılığıyla çalışanların bilgi, beceri ve deneyim kazanmasına yardımcı olan teşvik edici uygulamalar veya yapılardır. Şirkete ait varlıkların mülkiyeti ve geliştirilmesi, yapısal sermaye aracılığıyla gerçekleştirilir. Yapısal sermaye, organizasyonun iç yapısını insan sermayesinin desteğiyle yönetir ve yönlendirir. Ayrıca ilişkisel (müşteri) sermaye tarafından bilgilendirilir ve ilişkisel sermaye için değer yaratır. Dolayısıyla yapısal sermaye, bir işletmenin markasıyla güçlü bir şekilde bağlantılıdır.

2.4.3. Müşteri (İlişkisel) Sermayesi

Günümüzde bilginin sahip olduğu ekonomik güç, mal ve hizmet akışına kayarken, işletmelerin etkileşim halinde olduğu müşteri ilişkilerini yeni bir anlayışla yönetmesi gittikçe önem kazanmaktadır. Bugünün iş dünyasında, işletmeler, rekabet

koşullarına ayak uydurabilmek için çalışanlarına ve kendilerine yatırım yaptıkları gibi müşterilere de yatırım yapmak zorundadır. İnsanlara sahip olamadığınız gibi müşterilere de sahip olamazsınız. Bu yönden müşteri sermayesi birçok yönden beşerî (insan) sermayeye benzeyen entelektüel sermayenin bir unsurudur. Müşteriler olmadan işletmelerin devamlılığını sürdürmeleri mümkün değildir. İşletmelerin finansal başarısına katkısı en fazla olan entelektüel sermaye bileşeni müşteri sermayesidir ve diğer entelektüel sermaye bileşenlerinin de nihai hedefi müşteri sermayesi yaratmaktır (Akdağ, 2012:33; Yeniçeri, 2006:178).

Müşteri sermayesi, işletmelerin organizasyon dışındaki paydaşları aracılığıyla pazarda elde ettiği değerdir. Birçok çalışmada araştırmacılar sadece müşteri kanallarını değil, aynı zamanda tedarikçiler, toplum, bayiler gibi organizasyon dışındaki diğer faktörleri de müşteri sermayesi kapsamında değerlendirmiştir. Dolayısıyla müşteri sermayesi, işletmelerin toplum içinde etkileşim halinde olduğu tüm kişi ve kurumları kapsayan “ilişkisel sermaye” olarak da adlandırılmaktadır (Karadeniz, 2017: 14). Buradan hareketle ilişkisel sermaye, işletme ile paydaşları (müşteriler, yatırımcılar, tedarikçiler) arasındaki ilişkide yer alan tüm kaynakları ve dış ilişkilerde gömülü olan tüm bilgileri içerir (Giocasi, 2014: 61).

Bir işletmenin ekonomik olarak değer kazanması ve hayatta kalması sahip olduğu müşterilere bağlıdır. Müşteriler işletmeler ve işletmelerin tüm paydaşları için kilit bir öneme sahiptir. İşletmelerin ürünlerini ve hizmetlerini satın alarak sermayesini güçlendirip büyümesini sağlayan müşterilerdir. Müşterilerin işletmeler için ana sermaye sağlayıcıları olduğuna şüphe yoktur. Bu nedenle, işletmeler müşteri kazanmaya, onların bağlılıklarını mümkün olduğu kadar uzun süre sürdürmeye gayret göstermelidirler.

Müşteri sermayesi, organizasyon, müşteriler ve tedarikçiler arasındaki ilişkinin temelini oluşturur. Baah ve Taiwah'da (2011) müşteri sermayesini, bir işletmenin dış paydaşları ile resmi ve gayri resmi ilişkilerini ve işletme ile dış paydaşları arasındaki bilgi alışverişi olarak tanımlar. Wang (2012) ilişkisel sermayeyi, bir işletmenin müşteriler, tedarikçiler ve iş ortaklarıyla ilişkilerin başlatılması, sürdürülmesi ve geliştirilmesi olarak tanımlamıştır (Lina, 2014: 128). Lynn (1998) ve Bontis (2002) ilişkisel sermayenin, yalnızca bir işletmenin müşterileriyle değil, aynı zamanda diğer

üçüncü kişi ve kurumlarla olan ilişkilerini de içermesi gerektiğini ifade etmiştir (Alcaniz, Gomez-Bezares ve Roslender, 2011). Nahapiet and Ghoshal (1998) tarafından müşteri sermayesi, işletme ve dış çevre arasındaki ilişkilerde gömülü olan bilginin değerini içeren ve işletmenin ilişki kurduğu insan gruplarına ve ağlarına atıfta bulunan bir entelektüel sermaye aracı olarak tanımlanmıştır (Crupi, Cesaroni ve Minin, 2020: 4).

Sonuç olarak müşteri (ilişkisel) sermayesi, şirketin çeşitli paydaşlarla olan tüm dış bağlantılarını kapsar. Geniş anlamda müşteriler, tedarikçiler, yatırımcılar ve diğer dış paydaşlar ile olan ilişkilerde gömülü olan bilgi olarak tanımlanır. Organizasyon içi yapılar ve ilişkiler insan ve yapısal sermayenin temelini oluştururken; dışarıdan içeriye veya tersi yönde üretilen tüm bilgi akışları ise ilişkisel sermayenin temelini oluşturmaktadır. Güçlü bir müşteri sermayesine sahip işletmeler, piyasada pozitif kurumsal imaj ve itibar, yüksek müşteri sadakati ve memnuniyeti ve güçlü pazarlama stratejilerini de beraberinde getirecektir (Gross-Golacka vd. 2020: 6). Ayrıca işletmelerin ilişkisel sermaye yoluyla sadece müşterileri hakkında bilgi sahibi olmalarını değil, aynı zamanda müşterileriyle ilişkilerinin şirketin genel hedeflerine ulaşmaya nasıl yardımcı olabileceğini de değerlendirmeleri gerekir. Müşteri sermayesi, işletmelerin fiyat, kalite ve ürün yeniliği konusunda rekabet etmelerine olanak sağlayacaktır. Bu doğrultuda, güçlü bir kurumsal müşteri ilişkileri ağı yapısı ve yüksek müşteri odaklı bir organizasyon kültürü, işletmelerin her zaman avantajlı bir konumda olmasını sağlayacaktır.

2.5.Entelektüel Sermaye Ölçüm Yöntemleri

Son yıllarda bilgiye dayalı maddi olmayan varlıkların önemi artmış ve önemli bir rekabet aracı olduğundan işletmelerin ilgi odağı haline gelmiştir. Bu doğrultuda günümüzde kurumsal bir rekabet gücü olarak görülen entelektüel sermaye kaynakların öneminde bir büyümenin olduğunu söyleyebiliriz. Bu gerçek, işletmeleri maddi olmayan varlıklarını yönetme ve performanslarını yeni bir şekilde ölçme ihtiyacına yol açmıştır. Dolayısıyla işletmeler, rakiplerine göre mevcut konumunu belirlemek, gerçek piyasa değerini ölçmek, gelecekte piyasa değeri tahmininde bulunmak ve her yıl gelişimlerini kontrol etmek için entelektüel sermaye ölçümüne son derece önem

vermektedir (Jurczak, 2008: 37). Ayrıca işletmeler için değer yaratan, işletmelere en yüksek faydayı sağlayan entelektüel kaynakları belirlemek ve bu kaynakları iyileştirmek ve organizasyon performansını geliştirmek için faaliyetlerde bulunmak entelektüel sermaye varlıkların ölçümünü son derece önemli bir konu haline getirmiştir (Mohamed, 2017: 1083). Doğru bir entelektüel sermaye ölçüm yönteminin kullanılması, rekabet avantajı yaratılmasına ve dolayısıyla günümüzde tüm işletmelerin sürdürülebilir ekonomik gelişim göstermelerine katkı sağlayabilir (Jurczak, 2008: 37).

Entelektüel sermayeyi ölçmek için kullanılabilecek iki temel yöntem bulunmaktadır. Bunlardan biri entelektüel sermayeyi finansal açıdan, yani işletme bazında ölçmek, diğeri ise entelektüel sermayeyi finansal açıdan değil, yani unsur bazında ölçmektir. Bu ölçüm yöntemleri aşağıda iki ana başlık altında açıklanmıştır.

2.5.1. Entelektüel Sermayenin İşletme Bazında Ölçülmesinde Kullanılan Yöntemler

Bu entelektüel sermaye ölçüm yöntemi, işletmenin sahip olduğu finansal değerler temel alınarak yapılan bir ölçüm yöntemidir. İşletme bazında ölçüm yöntemi, işletmelerin piyasa içindeki değerini gösteren ve rakiplerle kıyaslama yaparak mevcut rekabet gücünü gösteren ölçüm yöntemleridir. Bu ölçüm yöntemi kapsamında kullanılan ölçüm metotları; piyasa değeri ve defter değeri arasındaki fark ve oran, Tobin Q oranı, hesaplanmış maddi olmayan değer yöntemidir. Bu yöntemlere ait tanımlamalar ve açıklamalar aşağıda detaylı bir şekilde incelenmiştir.

2.5.1.1. Piyasa Değeri – Defter Değeri Yöntemi

İşletme bazında entelektüel sermaye ölçüm metotları içinde en yaygın olarak bilinen ve en kolay olarak uygulanan yöntemdir. Entelektüel sermaye ölçümünde kullanılan bu yöntem, kolay hesaplanması ve yalın işlemler gerektirmesi nedeniyle avantajlı bir yapıya sahiptir. Bu yöntemle göre entelektüel sermayenin değeri, işletmenin hisse senedinin piyasa değeri ile işletmenin defter değeri arasındaki fark olarak kabul edilir (Jurczak, 2008: 42). Bu ölçüm metodu aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır (Özdemir ve Kaya, 2019: 272):

*Entelektüel Sermaye Değeri = İşletmenin Piyasa Değeri - İşletmenin Defter Değeri,

*İşletmenin Piyasa Değeri = Hisse Senedi Fiyatı x Dolaşımda Bulunan Hisse Senedi Sayısı,

*İşletmenin Defter Değeri = Toplam Varlıklar – Toplam Borçlar.

Piyasa değeri - defter değeri yönteminin başta dış etkenlerin neden olduğu bazı dezavantajları bulunmaktadır. Genel ekonomik ortamda ve sektörde meydana gelen önemli değişiklikler, hisse senedi fiyatının düşmesine veya yükselmesine neden olmaktadır. Özellikle piyasaların oynak olması ve dalgalanmalara maruz kalması şirketin piyasa değeri üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Ayrıca bilançolara yapılan müdahaleler ile işletmelerin hem defter değerini hem de piyasa değerini düşük veya yüksek gösterme eğilimleri önemli dezavantajlar arasında gösterilebilir (Yanar, 2012: 82; Özdemir ve Kaya, 2019).

2.5.1.2. Piyasa Değeri / Defter Değeri Yöntemi

Bu oran, en yaygın kullanılan entelektüel sermaye ölçüm yöntemlerinden biridir. Piyasa değeri / defter değeri oranı, bir hisse senedinin fiyatını defter değeriyle karşılaştırmak için kullanılan bir değerlendirme metodudur. Ayrıca bir işletmenin defter değerine göre mevcut piyasa değerini değerlendirmek için kullanılan bir finansal değerlendirme ölçütüdür. Bir işletmenin piyasa değeri, tedavüldeki tüm hisse senetlerinin cari hisse fiyatı temsil etmektedir. Defter değeri, bir işletmenin tüm varlıklarını tasfiye etmesi ve tüm borçlarını ödemesi durumunda kalan tutardır. Başka bir deyişle, bir şirket tüm varlıklarını tasfiye edip tüm borcunu öderse, kalan değer şirketin defter değeri olacaktır. Piyasa / defter oranı, genellikle yatırımcılar tarafından belirli bir hisse senedinin değerine ilişkin piyasanın algısını göstermek için kullanılır. Piyasa/defter oranı, yatırımcı kararlarına etki ettiğinden dolayı önemlidir. Çünkü yatırımcılar, bir işletmenin piyasa değerini defter değeri ile karşılaştırdıklarında yatırım için makul görünüp görünmediğini anlamalarına yardımcı olabilir. Bu ölçüm metodunun formülü aşağıda gösterilmiştir:

*Entelektüel sermaye = Piyasa Değeri / Defter Değeri

Defter değeri, şirketin öz sermayesinin hisse sayısına bölünmesiyle hesaplanır. Defter değerine ilişkin formül aşağıdaki gibidir:

*Defter Değeri = Öz Sermaye / Hisse Sayısı

Piyasa değeri ise, şirketin tedavüldeki hisselerinin piyasada işlem yaptıkları fiyatla çarpılmasıyla elde edilir. Piyasa değerine ilişkin formül aşağıdaki gibidir:

$$*Piyasa Değeri = Hisse Senedi Sayısı \times Hisse Senedi Fiyatı$$

Entelektüel sermayenin değerini orana göre hesaplamak, diğer hesaplamalardan daha kullanışlı ve daha güvenlidir. Piyasa değeri/defter değeri oranının hesaplanmasıyla, işletmeler mevcut durumlarını, rakipleri ve sektör ortalamaları ile karşılaştırılarak daha doğru veriler elde edilmesini sağlayabilir (Özdemir ve Kaya, 2019: 272).

2.5.1.3. Tobin Q Oranı Yöntemi

Tobin Q oranı, ekonomi alanında Nobel ödüllü James Tobin tarafından geliştirilmiş ve uygulanmıştır. Tobin Q oranı, bir şirketin değerini belirlemek için yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biridir. Oran, tek bir şirketi değerlendirebildiği gibi, tüm borsayı veya pazarı değerlendirmek için de kullanılabilir. Oran, belirli bir işletmenin veya pazarın aşırı değerli olup olmadığını veya değerinin düşük olup olmadığını tahmin etmenin bir yoludur. Tobin'in Q oranı, bir işletmenin piyasa değerinin varlıklarının yenileme maliyetine bölünmesiyle elde edilir. Bu oranın formülü aşağıda gösterilmiştir:

$$Tobin\ Q = \frac{\text{İşletmenin Piyasa Değeri}}{\text{Varlıkların Yenileme Maliyeti}}$$

Luthy (1998), entelektüel sermayeyi ölçmek için Tobin Q yönteminin kullanımının önemini vurgulamaktadır. Tobin Q sonucunda ortaya çıkan değer ölçüsü, yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyebilmektedir. Aynı zamanda bu oran, işletme yöneticilerinin yatırım kararlarını tahmin etmeye yardımcı olabilir ve aldıkları kararlar doğrultusunda yatırım stratejilerini belirleyebilirler. Tobin Q'nun hesaplanmasında, bir işletmenin maddi varlıklarının defter değeri yerine maddi varlıkların yenileme maliyeti kullanılması dışında, işletmenin piyasa değeri/defter değeri oranıyla benzerlik göstermektedir (Tan, Plowman ve Hancock, 2008: 598).

Bu oran, bir işletmeye yapılan yatırımların değerini gösterir. 1'den büyük bir Q oranı, firmanın değerinin arttığını ve verimli bir şekilde yönetildiğini gösterir. 0 ile 1 arasındaki düşük bir Q oranı, bir işletmenin varlıklarını değiştirme maliyetinin, hisselerinin değerinden daha büyük olduğu anlamına gelir. Bu, hisse senedinin

değerinin düşük olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Aksine, yüksek bir Q (1'den büyük), bir işletmenin hisse senedinin, varlıklarının yenileme maliyetinden daha pahalı olduğu anlamına gelir, bu da hisse senedinin fazla değerli olduğu sonucuna varılır. Tobin'in Q oranı, işletmenin hem geçmiş hem de gelecekteki performansını hesaba katarak işletmeye avantaj sağlamaktadır. Ayrıca Tobin'in Q oranının önemli avantajlarından biride, beklenen gelecekteki karların bugünkü değerini göstermesidir. Yüksek bir Tobin'in Q oranı değeri, daha yüksek ekonomik performans anlamına gelmektedir (Hejazi, Ghanbari ve Alipour, 2016: 264).

2.5.1.4. Hesaplanmış Maddi Olmayan Değer Yöntemi

Hesaplanmış maddi olmayan değer, bir işletmenin doğası gereği fiziksel varlıkların dışında olan maddi olmayan varlıklarını değerlendirme yöntemidir. Marka tanınırlığı, itibar, patentler, ticari markalar, telif hakları ve teknoloji maddi olmayan varlıklar arasında sayılabilir. Stewart (1997), şirketlerin entelektüel sermayesini değerlendirmek, yatırımcılara ve karar vericilere bilgi yoğun şirketlerin değerini değerlendirmelerine yardımcı olmak ve entelektüel sermayeye olan ilgilerini artırmak amacıyla hesaplanmış maddi olmayan değer yöntemini geliştirmiştir. Stewart'a (1997) göre bu yöntemin arkasındaki temel varsayım, fiziksel sermayeye yapılan bir yatırımın ancak sektörde geçerli olan ortalama getiriye sağlayabileceğini, ortalama getiriye aşan her şeyin entelektüel sermaye kapsamında değerlendirilmesini ifade etmektedir. Başka bir deyişle, bir işletmenin faaliyetleri sonucunda elde ettiği karının bulunduğu sektördeki ortalama karı aşan kısmı entelektüel sermayeden geldiğini savunmaktadır (Aho, Stahle ve Pirjo Stahle, 2011: 4).

Bir işletmenin hesaplanmış maddi olmayan varlıklarının değerinin hesaplanması yedi aşamadan meydana gelmektedir. Bu aşamalar Tablo 2.2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. 2. Hesaplanmış Maddi Olmayan Değer Yönteminin Aşamaları

Aşama	Yapılacak İşlemler
1. Aşama	İşletmenin son üç yıldaki ortalama vergi öncesi kazancının hesaplanması.
2. Aşama	İşletmenin mali tablolarında son üç yıl için ortalama yılsonu maddi varlıklarının hesaplanması.

3. Aşama	İşletmenin ortalama vergi öncesi karının ortalama maddi varlıklarına bölünmesi. Bu değer ayrıca bize işletmenin maddi varlıklar karlılık (ROA) oranını da verecektir.
4. Aşama	İşletmenin son üç yıl için sektördeki ortalama maddi varlıklar getiri (ROA) oranının hesaplanması. Bu oran sektördeki ortalamadan daha yüksekse bir sonraki aşamaya geçilir. Ancak bu oranı sektör ortalamasından daha düşük durumda ise bu yöntem uygulanmayacaktır.
5. Aşama	İkinci aşamada hesaplanan ortalama maddi varlıklar ile dördüncü aşamada hesaplanan sektördeki ortalama maddi varlıklar getiri (ROA) oranını çarparak fazla olan ROA'nın hesaplanması. Ardından birinci aşamadaki vergi öncesi kazançlardan fazla getirinin (ROA) çıkarılması. Bulunan değer işletmenin ortalama büyüklükteki bir şirkete göre varlıklarından ne kadar daha çok kazanç sağlayabileceğini gösterir.
6. Aşama	İşletmenin vergi sonrası fazla getirisinin hesaplanması. Bu, üç yıllık ortalama kurumlar vergisi oranının hesaplanması ve ardından bu sayının 1'den çıkarılmasıyla yapılır. Ardından bunun şirketin fazla getirisi ile çarpımı vergi sonrası fazla getiriyi hesaplayacaktır.
7. Aşama	Vergi sonrası fazla getirinin net bugünkü değerini hesaplanması. Vergi sonrası fazla getirinin net bugünkü değeri, şirketin fikri sermaye değerini temsil eder.

Kaynak: Aho vd. 2011: 4-5.

Tablo 2.2.'de yedinci aşama sonunda ulaşılan sonuç işletmenin entelektüel sermayesinin değerini gösterecektir. Bu sonuç işletmenin faaliyette bulunduğu sektörde ki diğer işletmelere göre mevcut durumunu karşılaştırma olanağı sağlayacaktır. Hesaplanmış maddi olmayan değer yöntemi sonucunda çıkan değer, daha iyi bir performans sergilemek için, maddi olmayan varlıklarından yararlanabileceği gücün ölçümünü göstermektedir (Sarigül, 2020: 434).

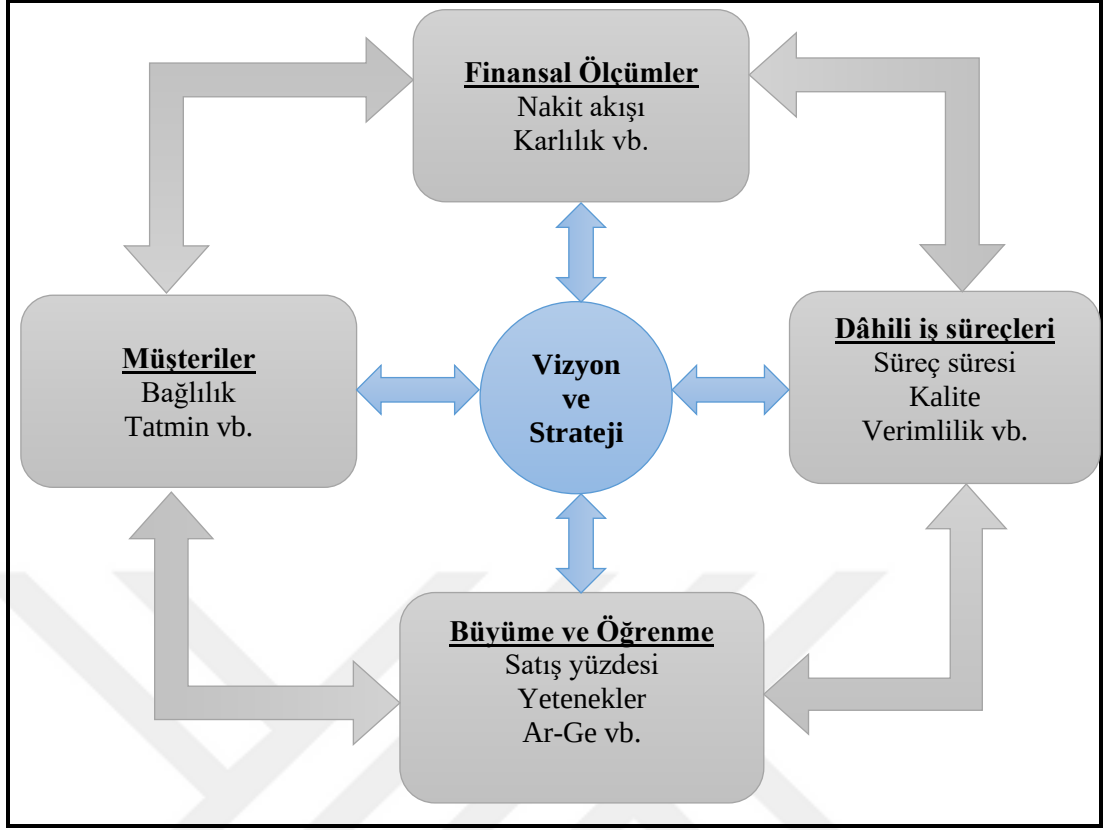
2.5.2. Entelektüel Sermayenin Unsur Bazında Ölçülmesinde Kullanılan Yöntemler

İşletmelerin sahip olduğu entelektüel sermayenin varlığının tespiti ve etkilerinin boyutunu ölçmeye yönelik finansal değer temelli ölçüm yöntemleri olduğu gibi finansal olmayan ölçüm yöntemleri de literatürde mevcuttur. Entelektüel sermayenin finansal olmayan ölçüm yöntemleri, entelektüel sermayenin unsur bazında ölçüm yöntemleri ile aynı anlamı taşımaktadır. Bu ölçüm yöntemi kapsamında yazında sıklıkla kullanılan ölçüm metotları ve açıklamaları aşağıda detaylı bir şekilde incelenmiştir.

2.5.2.1.Dengelenmiş Skor Kartı (Balanced Scorecard - BSC)

Dengelenmiş skor kartı, Robert S. Kaplan ve David P. Norton (1992) tarafından organizasyonel performans yönetiminin bir aracı olarak geliştirilmiştir. Kaplan ve Norton'un (1992) dengelenmiş skor kartı yaklaşımının merkezinde, sürdürülebilir değer yaratmanın bir kuruluşun maddi olmayan varlıklarından kaynaklandığı inancı yatmaktadır (Harris, 2018: 125). Dengelenmiş skor kartı, çeşitli dâhili (iç) işletme süreçlerini ve bunların sonucunda ortaya çıkan harici (dış) sonuçları tanımlamak ve iyileştirmek için kullanılan stratejik bir yönetim performans ölçüsüdür (Nassar, 2018: 24). Ayrıca dengelenmiş skor kartı dâhili iş süreçlerini işletmelerin vizyonuna ve stratejisine uyumlu hale getiren bir yönetim ve stratejik planlama sistemi olarak tanımlanır (Pienaar, 2019: 26).

Dengelenmiş skor kartı yönteminin yaratılmasının ve geliştirilmesinin ana nedeni, maddi varlıklar yerine işletmelerin bilançolarında görünmeyen maddi olmayan varlıkların önemine yönelik bir eğilim olması gerçeğidir. Dengelenmiş skor kartı modeli, yöneticilere model kapsamında ele alınan dört alan aracılığıyla değer yaratmaya ilişkin faydalı bilgiler sağlamaktadır. Bu alanlar; müşteriler, finansal performans, iş süreçleri, öğrenme ve büyümedir (Nassar, 2018: 23-24). Dengelenmiş skor kartı çerçevesi, işletmelerin vizyon ve stratejileri doğrultusunda, dahili iş süreçleri ve bunun sonucunda ortaya çıkan harici çıktılar veya ilişkiler arasında bir denge sağlamayı hedeflemektedir. Geleneksek finansal ölçümler sadece ekonomik değerler çerçevesinde işletmeyi değerlendirdiğini söylemek mümkündür. Bunun aksine dengelenmiş skor kartı, işletmenin finansal performansının yanı sıra müşterileri, dâhili iş süreçlerini ve işletme dışı ilişkileri bir model çerçevesinde ele alarak söz konusu göstergeler arasındaki dengeye dayanmaktadır. Bu modelin çıktıları size hedeflerinize ulaşmış ve ulaşmadığınızı ve gelecekteki hedeflere ulaşmak için doğru yolda olup olmadığını gösterir. Ayrıca dengelenmiş skor kartı veya diğer adıyla puan kartı, işletme yöneticilerine, stratejilerini açıklamayı, bu stratejiler sonucunda ortaya çıkan çıktıları ölçmeyi ve çıkan sonuçları iyileştirmek için gerçekleştirecekleri eylemleri izlemede yardımcı olduğunu söyleyebiliriz (Jackson, 2021). Dengelenmiş skor kartının genel bir görünümü aşağıda Şekil 2.1'de gösterilmiştir.



Kaynak: Chartered Institute of Management Accountants (CIMA), 2021; Yanar, 2012:102.

Şekil 2. 1. Balanced Scorecard-BSC (Dengelenmiş Skor Kartı)

Son yıllarda, dengelenmiş skor kartı bir ölçüm çerçevesinden bir strateji uygulama aracı haline geldi. Dört perspektifte ele alınan bu model, ortaya çıkan çıktı ölçümleri ve performans etmenleri arasındaki bir dizi neden-sonuç ilişkisini temsil etmektedir (Gogan, 2014: 195-196):

- **Finansal ölçümler:** Hissedarlara nasıl bakıyoruz, örneğin nakit akışı ve karlılık.
- **Müşteri ölçümleri:** Müşterilerimiz bizi nasıl görüyor, örneğin rakiplere kıyasla fiyat ve ürün puanları.
- **İç süreç ölçümleri:** işletme içi süreçlerde nasıl mükemmel olmalıyız, örneğin döngü sürelerinin uzunluğu ve atıkların seviyesi gibi.
- **Öğrenme ve büyüme ölçümleri:** örneğin yeni ürünlerden elde edilen satışların yüzdesini iyileştirebilir ve değer yaratabilir miyiz?

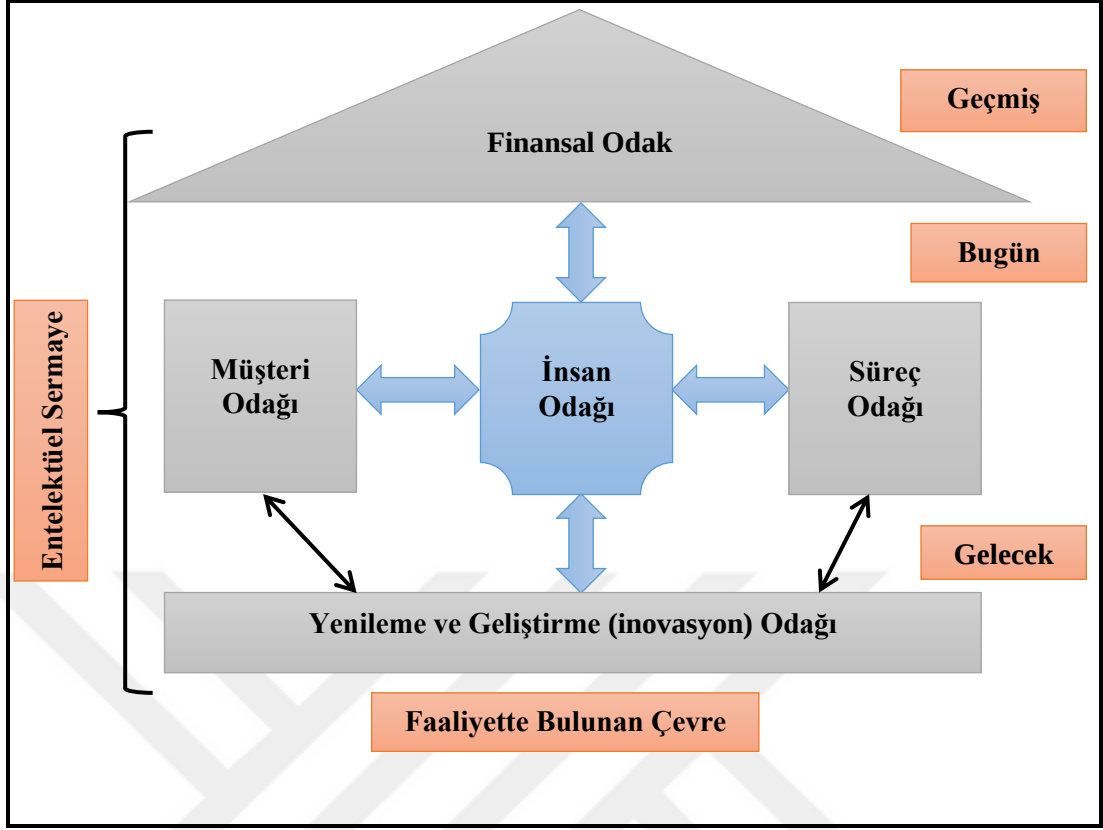
Çoğu araştırmacılar dengelenmiş skor kartında bulunan dört faktörün işletmenin iç ve dış ilişkilerinde bazı sonuçları görmek ve bu sonuçlar doğrultusunda hareket etmek için mantıklı ve kapsayıcı olduğunu belirtmişlerdir. Fakat olumlu görüşler olmasına rağmen bazı araştırmacılar tarafından bu yöntemin çok sınırlı olduğu konusunda eleştirilmiştir. Örneğin dengelenmiş skor kartının işletmenin etkileşim halinde olduğu bazı paydaşları göz ardı ettiği ve bu paydaşların ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz olduğunu savunmuşlardır (CIMA, 2021). Ayrıca BSC, çalışanları önemsiz olarak görüyor ve bilgi yönetiminin önemini günümüzün ekonomik koşullarında kritik bir başarı faktörü ve uzun vadeli hayatta kalmanın anahtarı olarak görmemektedir (Gogan, 2014: 196).

2.5.2.2. Skandia Kılavuzu (Skandia's Navigator)

Skandia, merkezi İsveç'te bulunan bir sigorta ve finans şirkettir. Bu şirketin entelektüel sermaye ölçümü ve raporlaması üzerine yaptığı çalışma, literatürde yapılan en eski çalışmalardan biridir. Skandia modeli, şirket bünyesinde çalışan ve dünyada ilk entelektüel sermaye yöneticisi olan Leif Edvinsson tarafından ortaya atılmıştır. Bu yöntem ilk olarak 1993 yılında uygulandı. Daha sonra dünyada çok sayıda işletme tarafından kullanılmıştır (Akkaya ve Balı, 2018: 1154). Edvinsson tarafından geliştirilen Skandia kılavuzu, dinamik ve bütünsel bir entelektüel sermaye raporlama modelidir. Bu model işletmelerin dört temel boyutuna odaklanmaktadır (Gogan, 2014: 196). Bunlar;

- Finansal odaklılık,
- Müşteri odaklılık,
- Süreç odaklılık,
- Yenileme ve geliştirme odaklılık.

Bunların merkezinde yer alan ve tüm modeli çalıştıran ve yönlendiren insan odaklılık boyutu bulunmaktadır (CIMA, 2021). Skandia Modeli'nde yer alan entelektüel sermaye unsurları Şekil 2.2'deki gibidir.



Kaynak: CIMA, 2021.

Şekil 2. 2. Skandia Navigator (Skandia Kılavuzu)

Şekil 2.2’de görüldüğü gibi Skandia modelinde finansal odak, müşteri odağı, süreç odağı, yenileme ve geliştirme odağı ve bu göstergelerin merkezinde yer alan insan odağı bulunmaktadır. Bu göstergelere ait açıklamalar aşağıda kısaca açıklanmıştır (Sulanjaku, 2014: 4).

Finansal Odak: Şirketin mali sonuçlarını dikkate alır ve şirketin ekonomik değer yaratma konusundaki tüm çabalarına dayanır. Diğer odaklardan farklı olarak, finansal odak geleceğe yönelik değil, geçmişteki ekonomik işlemleri dikkate alır. Finansal odak kapsamında, toplam varlıklar, toplam çalışan sayısı, yeni ticari faaliyetlerden veya ürünlerden elde edilen toplam gelirler, müşterilerden elde edilen gelirler, toplam gelirler vb. değişkenler ölçülmektedir.

Müşteri Odağı: Müşteri ilişkileri bir şirketin perspektifinde ve başarısında kilit bir role sahiptir. Müşteriler, şirket altyapısı dışında bir değişken olarak değil, şirkete katma değer yaratan şirketin ayrılmaz bir parçası olarak düşünülmelidir. Müşteri odağı

kapsamında, müşteri özellikleri, müşterilerin satın alma sıklığı, müşterilerin geri bildirimleri, müşteri memnuniyeti ve satış sonrası hizmetler vb. değişkenler ölçülmektedir.

Süreç Odağı: Bu odak noktası, esas olarak beşerî sermayeden üretilen değer yaratma sürecini destekleyen teknolojik faktörler olarak değerlendirilir. Örneğin, bilgi teknolojileri sistemleri (BT) veri tabanları, çalışma prosedürleri vb. faktörler bu kapsamda değerlendirilebilir. Süreç odağı faktörlerinin etkin bir şekilde yönetilmesi, şirket performansı için hayati bir öneme sahiptir. Süreç odağı kapsamında, idari giderler / toplam varlıklar, idari giderler / çalışan sayısı, BT harcamaları / toplam giderler, BT harcamalarının yüzdesi / toplam giderler vb. değişkenler ve oranlar ölçülmektedir.

Yenileme ve Geliştirme (inovasyon) Odağı: İnovasyon odağı, finansal odağın tersini ifade etmektedir. Zaman açısından bakıldığında, finansal odaktan farklı olarak, geleceğe yöneliktir. İnovasyon odağı sayesinde işletme yönetimi, şirketin ekonomik büyümesi için yeni fırsatlar yaratabilecek eylemleri belirleyebilir. Skandia kılavuzu, işletmelerin geliştirebileceği yeni ürünler veya hizmetler, stratejik ortaklık, altyapıda iyileştirme, yüksek beceriye sahip çalışanların işe alınması gibi yenilik odağına ilişkin çeşitli unsurları dikkate alır. İnovasyon odağı kapsamında, Ar-Ge'deki çalışan sayısı / toplam çalışan, yeni geliştirilen ürünlerin sayısı, mevcut fikri mülkiyet varlıkları vb. değişkenler ve oranlar ölçülmektedir.

İnsan Odağı: İnsan odağı, maddi olmayan varlıkların en hayati unsurlarıdır ve diğer odaklar için anahtar varlık olarak görüldüğü için Skandia kılavuzunun merkezinde yer almaktadır. Liderlik endeksi (%), motivasyon endeksi (%), eğitim, deneyim, yaş, maaş, eğitim maliyeti / toplam maliyet, toplam maaş / toplam gelir oranları gibi değişkenler veya oranlar bu odağın kapsamında değerlendirilmekte ve ölçülmektedir (Sulanjaku, 2014: 5).

2.5.2.3. Maddi Olmayan Varlıklar Monitörü (Intangible Assets Monitor – IAM) Yöntemi

Maddi Olmayan Varlıklar Monitörü yöntemi, Sveiby (1997) tarafından maddi olmayan varlıkların ölçülmesinde karşılaşılan güçlükleri ortadan kaldırmak için geliştirilmiştir. Bu yöntemde geleceğe yönelik bilgiye dayalı maddi olmayan varlıklar

ölçülerek gerekli değerlendirmeler ve analizler yapılmaktadır (Elitok, 2019: 47). 1995'ten beri İsveçli danışmanlık şirketi Celemi, entelektüel sermayeyi ölçmek, raporlamak ve sonuçlarını yayınlamak için bu yöntemi kullanmaktadır (Özdemir ve Karakoç, 2018:449; Erkuş, 2005:122-123). Maddi olmayan varlıklar monitörü, bilgi tabanlı işletmeler gibi yüksek maddi olmayan varlıklara sahip işletmeler için tasarlanmıştır. Bu yöntemin amacı maddi olmayan varlıkları izlemek ve çıkan sonuçları değerlendirmektir. Model işletmeler için, yönetim bilgi sistemlerine entegre edilerek uzun vadeli bilgi yönetimi stratejileri için bir araç olarak kullanılabilir (Savickaitė, 2014: 138).

İşletmenin piyasa değerini maddi varlıklar ile maddi olmayan varlıklar oluşturmaktadır. Bu yöntemde maddi olmayan varlıklar entelektüel sermaye olarak değerlendirilmektedir. Maddi olmayan varlıklar monitöründe, çalışanların yeterlilikleri, içyapı ve dış yapı olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Bu gruplar, büyüme, yenilik, etkinlik ve istikrar olarak dört temel kriter ile analiz edilmekte ve değerlendirilmektedir. Sveiby'nin (1997) geliştirdiği maddi olmayan varlıklar monitörü modeli aşağıda Şekil 2.3'te gösterilmektedir.

	PIYASA DEĞERİ			
	Maddi Varlıklar	Maddi Olmayan Varlıklar		
		Dış yapı	İçyapı	Çalışan Yeterliliği
Büyüme				
Yenilik				
Etkinlik				
İstikrar				

Kaynak: Sveiby K. E., 1997:78.

Şekil 2. 3. Maddi Olmayan Varlıklar Monitörü (Intangible Assets Monitor)

Model kapsamında değerlendirilen boyutlara ilişkin bilgiler aşağıda kısaca özetlenmiştir (Sveiby K. E., 1997: 76).

Çalışan yeterliliği: Çalışanların çeşitli durumlarda hareket etme kapasitelerini veya yetkinliklerini ifade eder. Çalışanların sahip oldukları bilgi, beceri, eğitim ve deneyim gibi unsurları içerir.

İçyapı: Bu yapı insan sermayesi tarafından oluşturulan ve genellikle işletmelerin mülkiyetinde olan ya da başka bir yerden edinilebilen, işletme faaliyetlerinde kullanılan altyapılar veya bilgi temelli varlıklardır. Patentler, konseptler, bilgisayar ve yönetim sistemleri, süreçler, teknoloji, fikirler ve modeller bu varlıklar kapsamında değerlendirilebilir. Ayrıca “örgütsel kültür” veya “örgütsel ruh” da içyapıya aittir.

Dış yapı: İşletme ile işletme dışında kalan kurum veya kişiler arasındaki ilişkileri kapsar. Müşteri ve tedarikçilerle olan ilişkiler, markalar, itibar ve imaj dış yapıya ait unsurlardır.

2.5.2.4. Entelektüel Katma Değer Katsayısı (Value Added Intellectual Capital - VAIC) Yöntemi

Entelektüel katma değer katsayısı yöntemi Ante Pulic (2004) tarafından geliştirilmiş ve daha sonra Bontis ve arkadaşları (2000), Kujansivu ve Lonnqvist (2004), Goh (2005), Yalama ve Coşkun (2007) gibi diğer araştırmacılar tarafından kullanılmış ve uygulanabilirliği kanıtlanmış bir yöntemdir (Ting ve Lean, 2009: 593). Bu yöntemin amacı halka açık olan şirketlerin muhasebe verilerini kullanarak işletmelerin entelektüel sermaye performansını ölçmektir. Başka bir deyişle, VAIC modeli, bir işletmenin entelektüel sermaye başarısını mali tablolardan yararlanarak sunmaya yardımcı olan bir yöntemdir (Arslan ve Kızıl, 2019: 106). Bu yöntem, entelektüel ve kullanılan sermayenin performansını sadece işletme bazında değil, aynı zamanda ulusal ekonomi bazında da ölçen bir yöntemdir (Kızıl, 2009: 105). Ante Pulic’i, bu yöntemi geliştirmeye iten sebepler arasında, hem borsaya kayıtlı olmayan şirketlerin entelektüel sermayesinin değerini belirlemek için alternatif bir yönteme duyulan ihtiyaç; hem de çalışanların değer yaratma potansiyellerini kullanıp kullanmadıklarını izlemek için uygun sistemlerin olmayışındır (Erkal, 2005: 102).

Bir işletme tarafından yaratılan değeri ölçmek için, nerede-ne zaman değer yaratılacağını bilmek ve işletme kaynakları arasında bulunan somut ve somut olmayan varlıkların değer yaratmayı nasıl etkilediğini hesaplamak gerekir. Entelektüel sermaye ve unsurlarının günümüz modern şirketler için kritik stratejik bir öneme sahiptir. Dolayısıyla işletme bünyesinde bulunan maddi olamayan varlıkların işletmeye sağladığı değerin analiz edilmesi ve değerlendirilmesi giderek önemli bir konu haline

gelmektedir. Bu doğrultuda entelektüel katma değer katsayısı yöntemi (VAIC), entelektüel sermaye ile kullanılan sermayenin, değer yaratmadaki miktarını ve etkinliğini ölçerek işletmeler için vazgeçilmez kaynaklar olduğunu ortaya koyan bir yöntemdir (Kayalı, Yereli ve Ada, 2007: 72).

Ante Pulic (2006), VAIC yöntemi kapsamında entelektüel sermayeyi, insan sermayesi ve yapısal sermaye olarak ele almıştır. İşletmelerin değer yaratma katsayılarının belirlenmesinde kullanılan VAIC yönteminin nasıl hesaplandığı ve bu yöntem kapsamında değerlendirilen unsurların neler olduğu aşağıda beş adımda açıklanmıştır (Pulic, 2006):

Adım 1: Öncelikle VAIC yönteminin temeli olan katma değer (value added – VA) hesaplanmaktadır. Katma değer, girdiler ve çıktılar arasındaki fark olarak hesaplanmaktadır. Çıktı, net satış gelirlerini temsil eder. Girdi ise, değer yaratan bir varlık olarak kabul edilen işgücü maliyetleri hariç, satış gelirlerinin kazanılmasında katlanılan tüm giderleri veya maliyetleri içerir. Katma değer aynı zamanda firmaların yıl boyunca yarattıkları net değer olarak tanımlanır (Clarke, Seng ve Whiting, 2011: 515-516). Bu tanım aşağıdaki gibi formüle edilmiştir;

$$VA = OUTPUT - INPUT$$

Burada: VA= işletmeler için katma değeri; OUTPUT= toplam çıktıları (satışlar); INPUT= toplam girdileri, yani üretimde kullanılan hammadde ve hizmet harcamalarının maliyetini ifade eder.

Pulic (2006) katma değeri, tamamen işletmelerin performansının nesnel bir göstergesi olarak kabul etmiştir. Ayrıca Pulic, daha önceki çalışmalarının aksine iş görenlerin harcamalarını bir maliyet olarak değil, yatırım olarak değerlendirilmesi gerektiğini savunmuştur. Dolayısıyla çalışanlara ödenen maaş ve ücretlerin girdilerin bir parçası olmadığı, insan sermayesi kapsamında ele alınması gerektiğini savunmuştur. Bu durum, bu alandaki otoritelerin çoğu tarafından kabul edilmektedir (Pulic, 2006).

Adım 2: Bu adımda insan sermayesinin etkinliği (human capital efficiency-HCE) hesaplanır. Katma değer, insan sermayesi tutarına bölünmesi bize HCE verecektir. Bu tanım aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir;

$$HCE = VA / HC$$

Burada: HCE= insan sermayesi etkinliğini; VA= katma değeri; HC= işletmelerin iş görenlere ödediği maaşları veya ücretleri ifade etmektedir.

Adım 3: Bu adımda yapısal sermayenin etkinliği (Structural capital efficiency-SCE) hesaplanır. SCE, katma değer, yapısal sermaye tutarına bölünmesi ile elde edilir. Yapısal sermaye etkinliğini hesaplamadan önce yapısal sermaye tutarını bulmamız gerekir. Yapısal sermayenin hesaplanması aşağıdaki gibidir;

$$SC = VA - HC$$

Burada: SC= işletmeler için yapısal sermayeyi; VA= katma değeri; HC= insan sermayesini ifade etmektedir. Buradan hareketle SCE ise şu şekilde hesaplanmaktadır;

$$SCE = SC / VA$$

Burada: SCE= yapısal sermaye etkinliğini; SC= yapısal sermaye tutarını; VA= katma değeri ifade etmektedir.

Pulic (1998) değer yaratma sürecinde, insan sermayesi (HC) ve yapısal sermaye (SC) arasında ters orantılı bir ilişki olduğunu savunmaktadır. Ona göre, insan sermayesinin değer yaratmada katkısı azaldığı zaman, yapısal sermayenin katkısı artacaktır. Aynı durum tersi için de geçerlidir (Mondal ve Ghosh, 2012: 521).

Adım 4: Pulic'e göre, entelektüel değer katsayısı, maddi ve maddi olmayan sermayenin etkinliğinin birlikte hesaba katılarak bulunması gerektiğini ifade etmiştir. Entelektüel sermaye kendi başına değer yaratamaz. Bu nedenle, kullanılan sermayenin etkinliğinin hesaplanması gerekmektedir. Bu adımda kullanılan sermayenin etkinliği hesaplanmaktadır;

$$CEE = VA / CE$$

Burada: CEE= kullanılan sermayenin etkinliğini; VA= katma değeri; CE= bir işletmenin net varlıklarının defter değerini ifade etmektedir.

Adım 5: Bu adımda genel katma değer etkinliğinin yani entelektüel sermaye değer katsayısının (VAIC) bulunması için insan sermayesi etkinliği, yapısal sermaye

etkinliği ve kullanılan sermaye etkinliğinin toplanması gerekir. Bu tanım aşağıdaki gibi formüle edilmiştir.

$$VAIC = CEE + HCE + SCE \text{ veya } VAIC = CEE + ICE$$

VAIC= Entelektüel katma değer katsayısını,

CEE= Kullanılan sermaye etkinliğini,

HCE= İnsan sermayesi etkinliğini,

SCE= Yapısal sermaye etkinliğini,

ICE (HCE+SCE) = ise entelektüel sermaye etkinliğini ifade etmektedir.

Bu yöntem, bir işletmenin genel etkinliğini anlamamıza yardımcı olur ve bir işletmenin entelektüel yeteneğini gösterir. Basit bir deyişle, VAIC, kaynaklara yatırılan para birimi başına ne kadar yeni değer yaratıldığını ölçer. VAIC sonucunda ortaya çıkan yüksek bir katsayı, entelektüel sermaye dâhil olmak üzere işletmenin kaynaklarını etkin bir şekilde kullanarak daha yüksek bir değer yaratıldığını gösterir (Pulic, 2006).

VAIC yönteminin avantajlarından biri, etkili ve karşılaştırılabilir analizler için farklı sektörleri içerebilen büyük bir örneklem büyüklüğünü kullanma becerisidir. VAIC yönteminin bir başka avantajı, hesaplamasında uygulanan tüm verilerin sübjektif değerlendirmeler yerine objektif ve denetlenmiş mali raporlardan elde edildiğinden, VAIC yöntemi standartlaştırılmış ve tutarlı bir ölçüm sağlar (Bayraktaroğlu, Çalışır ve Başkak, 2019: 409). VAIC yöntemi, zihinsel algıyı geliştirmenin kolay bir yolu ve değerlendirilmesinin basit olması uygulanabilirlik açısından daha çok tercih edilmesini sağlamaktadır (Özsoy, 2006: 58). Entelektüel katma değer katsayısının nasıl hesaplandığını daha iyi kavramak için aşağıdaki Tablo 2.3'te hesaplama aşamalarında kullanılan kavramlar ile birlikte özet halinde gösterilmiştir.

Tablo 2. 3. Entelektüel Katma Değer Katsayısını (VAIC) Hesaplama

No	Kavram	Formül
1	Çıktı	Toplam gelir

2	Girdi	Satın alınan malzemelerin, bileşenlerin ve hizmetlerin maliyeti
3	Katma Değer (VA)	Çıktı - Girdi
4	İnsan Sermayesi (HC)	Ücret ve maaş maliyeti
5	Yapısal Sermaye (SC)	VA - HC
6	Kullanılan Sermaye (CE)	Tüm fiziksel ve maddi varlıklar
7	İnsan Sermayesi Etkinliği (HCE)	VA / HC
8	Yapısal Sermaye Etkinliği (SCE)	SC / VA
9	Kullanılan Sermaye Etkinliği (CEE)	VA / CE
10	VAIC	CEE + HCE + SCE

Kaynak: Arafat ve Shahimi, 2013: 312.

2.5.2.5. İnsan Kaynakları Muhasebesi (Human Resource Accounting-HRA)

İnsan kaynakları herhangi bir kurumsal girişimin başarısı için giderek önemli ve değerli bir girdi haline gelmektedir. Günümüzde işletmelerin çoğu insan kaynağının en değerli varlıkları olduğunun farkına varmışlardır. Bu nedenle insan kaynaklarını geliştirmek için birtakım faaliyetlerde bulunulması, aynı zamanda değerlerini hızlandıracak eylemler veya tedbirler alınması gerekmektedir. İnsan kaynakları muhasebesi (İHD), insan kaynakları ile ilgili harcamaların varlık olarak muhasebeleştirilmesini içerir. İnsan kaynakları muhasebesi kavramı, Amerikan Muhasebe Derneği İnsan Kaynakları Muhasebesi komitesi tarafından “insan kaynakları hakkındaki verilerin belirlenmesi ve ölçülmesi ve bu bilgilerin ilgili taraflara iletilmesi süreci” olarak tanımlanmıştır. Bir yönetim danışmanı olan Stephen Knauf insan kaynakları muhasebesini, “işe alım, eğitim, deneyim ve bağlılık gibi insan kaynakları girdilerinin tanımlanarak ölçülmesi” olarak tanımlamıştır. Bu doğrultuda insan kaynakları muhasebesi, insan kaynaklarını belirleyen, nitelendiren ve ölçen bir muhasebe süreci olarak tanımlanabilir (Sakshi, 2015).

İnsan kaynakları muhasebesinin (HRA) amacı sadece işe alma, eğitim ve geliştirmenin finansal muhasebe yönünü tanımlamak ve ölçmek değildir. Aynı zamanda, karar verme, planlama ve kontrol süreçlerine katkıda bulunmak için insanların işletme için ekonomik değerini ölçmek için de tasarlanmıştır. Bunlara ek olarak, bir şirketin benzersiz entelektüel sermayesindeki temel yetkinlikleri tanıyarak gelecek planları ve stratejileri geliştirmek için bir başlangıç noktası görevi görür

(CIMA, 2021). Buradan hareketle insan kaynakları muhasebesinin sağladığı avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Sakshi, 2015);

- İnsan kaynakları muhasebesi, örgütün kaynaklarından biri olarak insanları yönetmeyi kolaylaştırır,
- Yönetim kademelerine insan kaynaklarının maliyeti ve değeri hakkında bilgi sağlamak,
- Organizasyon içinde insan kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılıp kullanılmadığını görmek,
- Finans kuruluşları, yatırımcılar ve diğer paydaşlara insan kaynakları sermayesi hakkında bilgi sağlamak.

2.5.2.6. Entelektüel Sermaye Endeksi (Intellectual Capital Index)

Entelektüel sermaye endeksi, Göran Ross ve Johan Roos tarafından geliştirilen bir entelektüel sermaye ölçüm modelidir (Joia, 2007: 58). Bu yöntem entelektüel sermayeyi, insan sermayesi, örgütsel sermaye ve müşteri sermayesi olarak üç grupta değerlendirmektedir. Entelektüel sermaye unsurlarını değerlendiren bu yöntem, entelektüel sermayeye ait farklı bireysel göstergeleri tek bir endeks çatısı altında toplamaktadır. Aynı zamanda bu yöntem, entelektüel sermayedeki farklılıkları piyasadaki farklılıklarla karşılaştırma olanağı sağlayan, aralarında ilişkiyi tespit etmeye çalışmaktadır. Entelektüel sermaye endeksi, insan sermayesi endeksi, alt yapı sermayesi endeksi, müşteri ilişkileri sermayesi endeksi ve yenilik sermayesi olmak üzere entelektüel sermayeyi dört temel endeks kapsamında ele alarak ölçmektedir. Bu dört endeks sonucunda ortaya çıkan toplam değer, işletmenin sahip olduğu entelektüel sermaye değerini vermektedir (Pamukçu ve Öğüz, 2014: 75).

Roos ve diğerlerine (1997) göre, entelektüel sermaye endeksi birkaç farklı özelliğe sahiptir (Tan vd. 2008: 594):

- Entelektüel sermaye dinamiklerinin izlenmesine odaklanır ve özel bir ölçüm yöntemidir.
- Önceki dönemlerdeki performansları hesaba katabildiğinden farklı dönemler arasında karşılaştırılabilir özelliğine sahiptir.

- Diğer değerleme yöntemlerinden ayrı olarak fiziksel varlıkların değerlendirilmesine farklı bir bakış açısı sağlar.
- Entelektüel sermaye endeksi, yanlış girdiler sonucunda ortaya çıkan hatalı hesaplamalarda kendi kendini düzelten bir yapıya sahiptir.

Entelektüel sermaye endeksi ölçümü işletmelere özgüdür. İşletmelerin stratejilerini ve günlük faaliyetlerini öngörerek yönetime karar vermede yardımcı olmaktadır. Entelektüel sermaye endeksi bireysel işletmelere özel olarak uygulanan bir yöntem olduğundan evrensel uygulamalarda sınırlıdır. Diğer pek çok maddi olmayan varlıkların ölçümünde kullanılan yöntemler gibi, bir entelektüel sermaye endeksi, gösterge seçiminde değer yargılarına bağlıdır (Tan vd. 2008: 594).

2.5.2.7. Teknoloji Brokeri (Technology Broker)

Annie Brooking (1996) tarafından geliştirilen ve Technology Broker olarak adlandırılan bu yöntemin amacı entelektüel sermayenin parasal değerini hesaplamaktır. Bu yöntem işletmelerin stratejileriyle ilişkili bir entelektüel sermaye ölçüm metodudur. Teknoloji Brokeri, yapısal varlıklar, piyasa varlıkları, maddi olmayan varlıklar ve insan merkezli varlıkların toplamından oluşmaktadır. Maddi olmayan varlıklar; yasal düzenlemeler ile koruma altına alınmış ticari sırlar, patentler, telif hakları, ticari markalar gibi varlıklardan oluşur. Piyasa varlıkları; müşteri ve tedarikçi ilişkileri, işletme adı ve unvanı, dağıtım kanalları ve ticari sözleşmeler veya anlaşmalar gibi piyasa ile bağlantılı varlıkları ifade eder. Yapısal varlıklar; işletme alt yapısını oluşturan, süreçler, organizasyon yapısı, teknoloji, örgüt kültürü, örgüt içi iletişim veri tabanları, yönetin felsefesi gibi unsurları içerir. İnsan merkezli varlıklar ise; işletmelerin insan sermayesi kapsamında değerlendirilen, iş görenlerin uzmanlık dereceleri, yaratıcılıkları, yetkinlikleri, sorun çözme yetenekleri, liderlik ve becerilerinden oluşur (Aslanoğlu ve Zor, 2006: 162-163).

Teknoloji Brokeri yöntemi, Skandia modelinden yola çıkarak geliştirilmiş bir entelektüel sermaye yöntemidir. Teknoloji Brokeri yöntemi, maddi varlıklar ile entelektüel sermaye toplamının bir işletmenin piyasa değerini oluşturduğunu varsayar. Bu yöntem, diğerlerinden farklı olarak, nicel göstergelerin tanımına ulaşmadan önce nitel göstergeleri gözden geçirir ve daha sonra entelektüel sermayenin ölçümü için uygun metodolojilerin geliştirilmesini sağlar.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. REKABET AVANTAJI

Bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler, ticaret sınırlarının ortadan kalkması, yapay zekâ, internet, kendiliğinden giden araçlar, üç boyutlu yazıcılar, nanoteknoloji, biyoteknoloji, malzeme bilimi, enerji depolama ve Endüstri 4.0 gibi kuantum hesaplama teknolojileri, şirketlerin anlayışlarını, stratejilerini ve uygulamalarını ortak bir çerçevede altında yeniden gözden geçirmelerini sağlamaktadır (Kaplan, 2020: 25). Ayrıca değişen ticaret koşulları işletmelerin hayatta kalabilmeleri için organizasyon içindeki yapılarda da değişikliklere zorlamaktadır. Dolayısıyla değişen ve gelişen iş dünyasında organizasyonlar rekabet edebilmek için, küresel ve yerel olarak hem iç hem de dış ortamlardaki birçok dinamik değişikliğin getirdiği yeniliklere ayak uydurmak zorunda kalmaktadır. Bu nedenle, işletmeler rekabet avantajı sağlayabileceği ve büyümeye devam edebileceği birden fazla strateji ve politika aramaya başlar. Bu doğrultuda farklı yapılardaki işletmeler, küresel ekonomide ayakta kalabilmek için müşterilerin istek ve beklentileri doğrultusunda, farklı stratejiler, modeller ve uygulamalara odaklanarak rekabet avantajı elde etmeye çalışırlar.

Bu bölümde, rekabet ile rekabet avantajı kavramına ilişkin tanımlamalar ele alınmıştır. Ayrıca rekabet avantajı ile ilgili yaklaşımlar incelenerek detaylı olarak açıklanmıştır.

3.1.Rekabet Kavramı ve Tanımı

Genel olarak rekabet, “belli kurallar ve kısıtlamalar çerçevesinde temel özgürlüklerin ve insan haklarının güvence altına alındığı bir ortamda birden fazla oyuncu arasındaki oyun veya rekabettir”. Rekabet, ekonomik kuruluşların varlıklarını korumak ve sürdürmek için yaptıkları veya yapacakları tüm faaliyetleri içerir (Demir ve Demirel, 2011: 84). Mevcut ekonomik bir sistemde varlıklarını idame edebilmek, sürdürmek ve büyümek işletmelerin temel amacıdır. Buradan hareketle rekabet kavramı, işletmelerin var olabilmesi için stratejik bir faktör olduğu söylenebilir.

Rekabet kavramı belli başlı bazı unsurlardan oluşmaktadır. Rekabeti oluşturan bu unsurlar, rekabet kavramının daha anlaşılır bir şekilde tanımlanmasını sağlamaktadır. Bu unsurlar işletmeler açısından ele alındığında aşağıdaki gibi sıralanabilir (Demir ve Demirel, 2011: 84-85).

- Mevcut piyasada yaşanan rekabetin yoğunluğu,
- Organizasyonların fiyat tahmin gücü,
- İşletmelerin faaliyette bulunduğu sektördeki büyüklüğü ve kapasite kullanım oranları,
- Üretimde kullanılan girdilerin fiyatlarındaki değişimler ve işletmelerin mali yapısı ve koşulları,
- Tedarikçilerin sahip olduğu rekabet gücü,
- Mevcut piyasada var olan yerli ve yabancı yatırımcılar veya yatırımlar,
- Üretim faktörleri sonucunda ortaya çıkan çıktıların verimliliği,
- Ürün, üretim sistemi, pazarlama ve dağıtım kanalları ile ilgili yenilikler,
- İşletmelerin bulunduğu coğrafi bölgenin getirdiği avantajlar,
- Organizasyon yapısı ve biçimi.

Rekabet kavramı eski çağlardan beri ekonominin ayrılmaz bir parçası olmasına rağmen, ticari faaliyetler açısından önemi günümüzde yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerden daha fazla etkilenecek şekilde şekillenmiştir. Uluslararası Ekonomik İş Birliği Teşkilatı (OECD) rekabet kavramını, ulusal bir perspektiften ele alarak şu şekilde tanımlamıştır; “rekabet, bir ülkede üretilen ürünlerin ve hizmetlerin eşit koşullar altında, küresel piyasalara sunmak ve bunun sonucunda sağlanan gelir ile uzun vadede toplum refahını sağlama” olarak tanımlamıştır.

Rekabet, kimin daha iyi olduğunu ortaya çıkaran bir yarış veya oyundur. Rekabet avantajı veya rekabet gücü ise, yarışa devam etmek ve sonra bu yarışa kazanabilmek için sahip olunması gereken temel beceri veya yeterlidir. Bu bağlamda edinilen tüm yetenekler hem nitel hem de nicel olarak performans göstergelerine yansır ve daha sonra temel yetenekler bütünü olarak rekabet gücüne yansımaktadır (Kanıbir, 2004: 82).

Bu bağlamda işletme düzeyinde rekabet gücünün operasyonel tanımı şu şekilde yapılabilir: “Rekabet gücü, müşterilerin, işletmelerin sunmuş olduğu mal ve hizmetleri, istek ve beklentileri doğrultusunda rakiplerin ürünlerine tercih etmesini sağlayan yetenektir.” Bu durumda sürdürülebilir bir rekabet avantajına sahip olmak büyük ölçüde işletmelerin sahip olduğu müşteri portföyüne bağlıdır. Bu durum işletmelerin müşteri ilişkilerine daha fazla önem vermesini gerektirmekte ve stratejilerini müşterilerin istek ve beklentileri doğrultusunda şekillendirmektedir. Dolayısıyla günümüzün dinamik ekonomik koşullarında işletmeler rekabetin iki temel yönü üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunlar “maliyetleri düşürmek” ve “teknik yetenekleri geliştirmektir”. İşletmelerin yoğunlaşması gereken bu yönler işletmeleri organizasyon yapılarında değişikliğe ve yeni stratejilere yönlendirmektedir (Ulusoy ve Özgür, 1997: 35).

İş dünyasında yaşanan rekabet, işletmelerin kendilerini geliştirip bir ileri seviyeye taşınmalarına imkân tanıyan bir faktördür. İşletmeler rekabetin gerektirdikleri doğrultusunda mevcut olandan daha fazlasını veya daha iyisini yapmak için uğraş vereceklerdir. Aslında işletmeler bunu gerçekleştirirken rakiplerinden daha avantajlı bir duruma gelmek için yapmaktadır. Fakat bu durum farkında olunmadan işletmelerin önünü açarak gelişmelerine zemin hazırladığını söyleyebiliriz. Dolayısıyla rekabet, amaçlarını gerçekleştirmek ve başarıya ulaşmak için işletmelere itici bir güç sağlar. Rekabet kurum ve kuruluşların yenilikçilik ve yaratıcılık yönlerinin gelişmesine, ürün ve hizmetlerde kalitenin artmasına, örgüt içi iletişimin artması, organizasyon alt yapısının güçlendirilmesi gibi birçok durumun iyileşmesine öncülük eden bir kavram olduğunu söyleyebiliriz.

3.2.Rekabet Avantajı Kavramı ve Tanımı

Rekabet avantajı, kuruluşların; rakipler, tedarikçiler, alıcılar ve bulunduğu ortamda diğer kişi veya kurumlar üzerindeki üstünlüğüdür. Bu üstünlük uzun vadede sürdürülebilir bir üstün performans sağlamayı hedefleyen sürekli değişim içinde olan bir süreç olarak değerlendirilmekte ve yorumlanmaktadır. Rekabet avantajı, bilgi varlıklarının hâkim olduğu modern çağın en önemli özelliklerinden biridir. Bir işletmenin başarıya ulaşp ulaşamayacağını belirleyen önemli bir kavramdır. Bu

nedenle günümüz dünyasında şirketler ayakta kalmak, varlığını sürdürmek ve süreklilik kazanmak için sürdürülebilir rekabet avantajları kazanmaya çalışmaktadır. Çünkü rekabet avantajı, işletmelerin sahip olduğu kaynakları etkin kullanmak, bilgi ve becerileri geliştirmek, üretkenliği ve organizasyonel verimliliği artırmak için üzerinde durulması gereken önemli bir kaynaktır (Süslü, 2019: 46-47).

Geçmişte, toprak, emek ve sermaye bileşenlerinin etkin kullanılması uluslararası veya işletmelere rekabet üstünlüğü sağlamaktaydı (Neef, Siesfeld, Siesfeld ve Cefola, 1998: 5). Son yıllarda, hızla yaşanan ekonomik gelişmeler ve işletmelerin servet yaratmada yeni yöntemlere başvurması rekabet avantajı konusunda çok sayıda bilimsel araştırmaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Stratejik yönetim literatüründe rekabet avantajı kritik bir öneme sahip olmasına rağmen, farklı anlamlara sahip çok sayıda rekabet avantajı tanımı bulunmaktadır. Bu doğrultuda rekabet avantajı ile ilgili literatürde çok sayıda çeşitli tanımlamalar mevcut olduğundan, kesin, açık ve ortak bir tanımın olduğunu söylemek zordur (Sigalas ve Economou , 2013: 63). Buda, Ma'nın (2000) rekabet avantajı stratejik yönetimde en yaygın olarak kullanılan terim olmasına rağmen, yeterince tanımlanmamış bir kavram olduğu şeklindeki iddiasını doğrular niteliktedir (Ma, 2000: 15).

Rekabet avantajı kavramı strateji literatüründe uzun bir geçmişe ve geleneğe sahiptir. Bu kavramın tanımlanması konusunda ilk girişimlerde bulunan kişi H. Igor Ansoff'tur. Ansoff (1965), rekabet avantajını, bir işletmeye güçlü bir rekabet konumu sağlayan, pazarda işletmelerin sahip olduğu bireysel ve üstün özellikleri ifade eden bir kavram olarak tanımlamıştır. Bununla birlikte, stratejik yönetim alanında rekabet avantajı kavramının akademik literatürde gelişmesine ve popülerlik kazanmasına neden olan en önemli olay Michael Porter'ın (1985) rekabet avantajı üzerine yazdığı kitabıydı (Sigalas ve Economou, 2013: 66). Dolayısıyla Harvard Üniversitesi iktisatçılarından biri olan Michael Porter (1985), "rekabet avantajı" kavramının gelişmesine zemin hazırlamış ve bu kavram hakkındaki bilimsel çalışmalara öncülük etmiş önemli yazarlardan biridir. Porter (1985) rekabet avantajı ile ilgili şu ifadeyi ileri sürmektedir (Jones, 2003: 3): *"Rekabet avantajı, bir firma ürünü veya hizmeti, tasarlarlarken, üretirken, pazarlarlarken, dağıtırken faydalandığı tüm süreçlerde ve destekleyici tüm altyapılarda firmaya üstünlük sağlayabilir. Üretimde kullanılan tüm bu faaliyetlerin her biri, maliyet avantajına katkıda bulunabilir ve farklılaşma için bir*

temel oluşturabilir". Bu ifade doğrultusunda Porter'ın (1985), genel olarak bir işletmenin sahip olabileceği iki temel rekabet avantajı türü olduğunu belirtmektedir. Bunlardan biri "maliyet liderliği", diğeri ise "farklılaşmadır". İşletmelerin maliyet liderliği ve farklılaşması rekabet avantajının kaynakları kapsamında değerlendirilebilir. Bu kaynakların etkin kullanımı sonucunda oluşacak rekabet avantajı, rakiplerinden bir adım önde olmasını sağlayarak işletmelere piyasada üstün bir değer katacağını söylemek mümkündür (Sigalas ve Economou, 2013: 66).

Ayrıca Porter (1990) bilgiye dayalı ekonomilerde, sürdürülebilir ekonomik büyümenin itici güçlerinin bilgi, fikir, yenilik ve fikri mülkiyet unsurları olduğunu savunmuştur. Bu unsurların rekabet üstünlüğü yaratmada önemli avantajlar sağladığını iddia etmiştir (Li, 2005: 3). Porter'ın (1996) yaptığı diğeri bir tanımda rekabet avantajını, kurumlar tarafından yaratılan, rakiplerin sahip olduklarından daha etkili olan ve rakiplerine üstünlük sağlayan yeni yöntemler veya uygulamalar olarak tanımlamıştır. Daha sonra Pitts ve Lei (1996) bu kavramı, organizasyonun kendi faaliyetlerini yerine getirirken sahip olduğu güçlü yönlerini kullanarak rakiplerinden üstün bir konuma gelmesini sağlayan faaliyetler ve değerler olarak ifade etmişlerdir (Alfarra, 2018: 32; Süslü, 2019: 47). Buckley ve ark. (1988) rekabet avantajının üç ölçüt doğrultusunda sağlanabileceğini ifade etmiştir. Bunlar rekabetçi performans, rekabet potansiyeli ve yönetim süreçleridir. Bu yazarlar işletmeler bağlamında, yönetim süreçlerinden ziyade girişimcilik süreçlerini tartışmanın daha yarar sağlayacağını savunmuştur. Man ve Chan (2002) tarafından benimsenen rekabet avantajı yaklaşımı, Buckley ve ark. (1988) tarafından öne sürülen yaklaşım ile aynı doğrultuda olup, rekabet avantajını işletmelerin davranışlarına ve eylemlerine odaklanarak sağlanabileceğini ifade etmiştir. Bu yazarlar rekabet avantajının zamanın getirdiği koşullar çerçevesinde devamlı değişen bir kavram olduğunu ve bunun sonucunda rekabet avantajının dinamik bir doğaya sahip olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca yazarlar rekabet avantajının finansal performans üzerindeki etkisinin kısa vadeli değil uzun vadeli bir etkiye sahip olduğunun önemini vurgulamaktadır (Man, Lau ve Chan, 2002: 130).

Wickham'ın (2001) rekabet avantajını tanımlarken kaynak temelli yaklaşım doğrultusunda hareket etmiştir. Wickham'ın (2001), işletmeler sahip oldukları

kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullandıkları zaman rekabet avantajını sağlayabileceklerini ifade etmiştir. Yazar, “maliyetler, bilgi, ilişkiler ve yapı” olmak üzere bu dört kaynağın rekabet avantajının yaratılmasında önemli role sahip olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bu kaynaklar işletmelerin rakiplerine göre analizini yaparak rekabet gücünü hesaplayabilmektedir. Bu kaynaklara ilişkin açıklamaları Tablo 3.1’de görmek mümkündür (Jones, 2003: 8).

Tablo 3. 1. Rekabet Avantajı Oluşturan Kaynaklar

Kaynak	Rekabet Avantajı Gücü
Maliyetler	Maliyet esnekliği, müşteriler, tedarikçiler ve dağıtım kanalları için önemlidir. Düzgün işleyen bir maliyet stratejisi güçlü bir rekabet avantajı sağlayacaktır.
Bilgi	İşletmelerin yaşam döngüsü aşamalarında yaygın olarak kullanılan örtük veya kodlanmış (açık) bilgi güçlü bir rekabet aracıdır.
İlişkiler	Müşteriler, tedarikçiler ve dağıtım kanalları ile kurulan güçlü ilişkiler beraberinde rekabet avantajını da getirecektir.
Yapı	Uygun organizasyon yapılarının oluşturulması, yönetimin piyasa sinyallerine tepki verme yetenekleri ve liderlik stilleri güçlü rekabet için önemli organizasyon yapısı unsurlarıdır.

Kaynak: Wickham, 2001; Jones, 2003:34.

Yukarıda yapılan rekabet avantajı tanımlamalarına baktığımızda net bir tanımın olmadığını ve “rekabet avantajı” etiketi altında birden fazla anlama yol açan çok sayıda tanımın olduğunu söylemek mümkündür. Kesin, açık ve ortak bir tanım olmasa da rekabet avantajının stratejik yönetimde ne kadar önemli bir kavram olduğu yapılan tanımlardan anlaşılmaktadır. Stratejik yönetimde sıklıkla kullanılan rekabet avantajı terimine önemli katkıda bulunan araştırmacıların rekabet avantajına ilişkin çeşitli tanım ve ifadeleri ve bu tanımlar çerçevesinde yaptıkları sınıflandırmalar aşağıda Tablo 3.2’de özet olarak gösterilmiştir.

Tablo 3. 2. Rekabet Avantajı Kavramına İlişkin Tanımlamalar

Yazar	Tanımlama / İfade	Sınıflandırma
Ansoff (1965)	Rekabet avantajı, bir işletmeye güçlü bir rekabet konumu sağlayan, pazarda işletmelerin sahip olduğu bireysel ve üstün özellikleri ifade eden bir kavramdır.	İşletme kaynakları açısından tanımlama
Porter (1985)	İşletmeler maliyet liderliği ve farklılaşma olmak üzere iki temel faktör doğrultusunda rekabet avantajı yaratabilir.	İşletme kaynakları açısından tanımlama
Thomas (1988)	Yüksek karlılığa sahip olan firmalar aynı zamanda rekabet avantajına da sahip olabilmektedir.	Rekabet avantajının performans açısından tanımı
Schoemaker (1990)	Rekabet avantajı, sistematik olarak ortalamanın üzerinde getiri yaratmaktır.	Rekabet Avantajının performans açısından tanımı
Ghemawat (1991)	Rekabet avantajı, üretilen mal veya hizmetin fayda-maliyet farkının rakiplerin mal veya hizmetlerine ilişkin fayda-maliyet farklarını ne ölçüde aştığıdır.	Rekabet avantajının performans açısından tanımı
Winter (1995)	Rekabet avantajı, işletmelerin sağladığı üstün mali performans olarak tanımlanır. Üstün finansal performans fikri, normalin üzerinde getiriler, değer yaratma ve yüksek karlılık gibi kavramları içerir.	Rekabet avantajının performans açısından tanımı
Grant (1998)	Bir işletme, sürekli olarak daha yüksek bir kâr oranı elde ettiğinde rakiplerine göre rekabet avantajına sahip olur.	Rekabet avantajının performans açısından tanımı
Ghemawat ve Rivkin (1999)	Bir işletmenin, uzun vadede kendi sektöründe sağladığı üstün ekonomik getiri rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlar.	Rekabet avantajının performans açısından tanımı
Besanko ve ark. (2000)	Rekabet avantajı, bir işletmenin sektördeki rakibine göre sağladığı yüksek ekonomik kârlılıktır.	Rekabet avantajının performans açısından tanımı
Powell (2002)	Rekabet avantajı pazar odaklı bir bakış açısı, kaynak temelli bir bakış açısı veya dinamik yetenekler bakış açısı altında, belirli nedenlerden dolayı sağladığı üstün performanstır.	İşletme kaynakları açısından tanımlama
Barney (2002)	Bir işletme, bulunduğu sektördeki veya pazardaki faaliyetleri ekonomik değer yarattığında ya da rakip işletmeler tarafından taklit edilmediklerinde rekabet avantajı sağlar. Bir işletme, kullandığı kaynaklardan beklenenden daha fazla değer ürettiğinde normalin üzerinde performans elde eder. Bu durumda, beklenen değer ile gerçek değer arasındaki pozitif fark, rekabet avantajını sağlayacaktır.	Rekabet avantajının performans açısından tanımı

Wiggins ve Ruefli (2002)	Rekabet avantajı, bir işletmeye rakiplerine göre bir avantaj sağlayan ve daha yüksek nispi performansa yol açan yetenek (veya yetenekler kümesi) veya kaynaktır (veya kaynaklar kümesidir).	İşletme kaynakları açısından tanımlama
Foss ve Knudsen (2003)	Rekabet avantajı, ilgili sektörde ve endüstride dengede olan fırsat maliyetlerini aşan pozitif kar farkıdır.	Rekabet avantajının performans açısından tanımı
Newbert (2008)	Rekabet avantajı bir işletmenin fırsatları kullanma, tehditleri etkisiz hale getirme ve maliyetleri düşürme derecesidir.	İşletme kaynakları açısından tanımlama
Grahovac ve Miller (2009)	Rekabet avantajı, ürün pazarı talebi ile son birim maliyeti arasındaki farktır.	Rekabet avantajının performans açısından tanımı

Kaynak: Sigalas ve Economou, 2013: 80; Rumelt, 2003: 1-2.

Tablo 3.2’de görüldüğü üzere rekabet avantajı kavramına ilişkin farklı araştırmacılar tarafından farklı dönemlerde çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Rekabet avantajına yönelik yukarıda belirtilen tanımlar iki farklı sınıflama ölçütü doğrultusunda yapıldığını söylemek mümkündür. Bunlardan birincisi; rekabet avantajının yapısını işletmelerin sahip olduğu ayırt edici özellikler veya kaynaklar doğrultusunda, yapılan kaynak temelli sınıflandırmadır. İkincisi; rekabet avantajının işletmelerin faaliyet gösterdiği sektörde rakiplerine kıyasla sağladığı yüksek karlılık oranları dikkate alınarak, yapılan performansa dayalı sınıflandırmadır.

3.3.Rekabet Avantajı ile İlgili Yaklaşımlar

Rekabet avantajı veya sürdürülebilir rekabet avantajı üzerine literatür incelendiğinde, iki temel görüşün baskın olduğu açıkça görülmektedir. Geleneksel veya klasik yaklaşım olarak da tanımlanan bu teorik yaklaşımların birincisi, rekabet avantajı yaratan faktörlerin faaliyet gösterilen endüstri yapısında aranması gerektiğini öne süren endüstri odaklı yönetim yaklaşımıdır. İkincisi ise kaynak temelli yaklaşımdır. Kaynak temelli yaklaşım, temel becerilere dayalı bir strateji olarak da ifade edilen kaynaklara dayalı bir yönetim modelidir. Aynı zamanda kaynak temelli yaklaşım, rekabet avantajı oluşturan ana unsurların bir işletmenin benzersiz, taklit edilemeyen kendine özgü yetenekleri ve üstün kabiliyetleri olduğunu iddia eden kaynak odaklı bir yönetim yaklaşımıdır. Endüstri odaklı yaklaşım modeli, işletmelerin

dış faktörleri dikkate alarak strateji geliştirme gerekliliğini savunurken, kaynak odaklı yaklaşım modeli ise iç faktörleri vurgulamaktadır (Özbağ, 2016: 888).

Tarih boyunca stratejik yönetim alanında yapılan çalışmalara bakıldığında, rekabet avantajı konusu uzun yıllardır endüstri temelli yaklaşımlarla paralel olarak ele alınmıştır. Ancak zaman geçtikçe ve koşullar değiştikçe, araştırmacılar işletmenin organizasyon içi varlıkları ve yetenekleriyle, başka bir ifadeyle farklı işletme performanslarını açıklamak için işletmenin organizasyon içyapısı yani kaynak temelli yaklaşım ile ilgilenmeye başlamışlardır. Günümüzde ise, birbirlerinin yerine kullanılacak nitelikte olduğu düşünülen bu iki yaklaşım birbirini tamamlayıcı bir şekilde strateji geliştirme süreçlerinde araştırmacılar tarafında ele alınarak değerlendirilmektedir (Özbağ, 2016: 889).

Buradan hareketle bu tezde rekabet avantajı yaklaşımları olarak endüstri temelli yaklaşım ve kaynak temelli yaklaşım olmak üzere iki tür yaklaşım ele alınmıştır. Bu yaklaşımlara ait bilgiler, tanımlamalar ve kapsam alanına giren kavramlar aşağıda ayrıntılı bir şekilde ele alınarak açıklanmaya çalışılmıştır.

3.3.1. Endüstri Temelli Yaklaşım

Yukarıda yapılan açıklamalarda belirtildiği üzere endüstri temelli yaklaşımda modelinde, işletme yöneticileri stratejik kararlar alırken işletme dışındaki faktörleri dikkate alarak strateji geliştirmektedir. Bu doğrultuda işletmelerin rekabet stratejileri, faaliyette bulunduğu endüstride rakiplerin uyguladığı iş stratejileri doğrultusunda şekillenmekte ve uygulanmaktadır. Az sayıda işletme tek başına bir piyasa ortamında faaliyet gösterebilmektedir. Çoğu işletme, bulunduğu sektörde rekabet halinde ve tüketicilerin satın alma gücü için birbirleriyle rekabet etmektedirler. Bu doğrultuda bir işletme endüstri temelli yaklaşım doğrultusunda rekabet avantajı stratejisini geliştirirken, rakiplerine göre güçlü ve zayıf yönlerini sürekli olarak yeniden değerlendirmeli, eksik yönlerini tamamlamaya çalışmalıdır. İşletmelerin rakiplere göre yapacağı değerlendirme kapsamı; performans değerlendirmesi, üretim verimliliği, fiyatlandırma, ürün teslimat hızı ve süresi, müşteri memnuniyeti, yenilik, insan kaynakları yönetimi ve pazar payı gibi unsurları içerebilir.

Endüstriyel düzeyde rekabet avantajı, endüstriyel sektörün içinde yer alan rakiplere göre eşit veya daha yüksek bir verimlilik düzeyinde faaliyette bulunmaktır. Ayrıca düşük maliyet stratejileri ile küresel piyasaların gerektirdiği standart ölçütler doğrultusunda ürün veya hizmet üretimini sağlayan yenilikleri yaratma ve gerçekleştirme yeteneğidir. Herhangi bir endüstrideki rekabet edilebilirlik gücü, ticaretin gerçekleştiği jeopolitik konuma göre farklılık gösterebilmekte ve diğer bölge veya ülkelerdeki endüstrilerle karşılaştırılabilmektedir. Dolayısıyla endüstri odaklı rekabet, uluslararası, ulusal veya bölgesel seviyede rakip firmaların karşılaştığı ve birlikte faaliyetlerini gerçekleştirdikleri endüstriyel rekabet ortamıdır (Koç ve Özbozkurt, 2014: 87).

Michael Porter tarafından ortaya atılan ve zaman geçtikçe akademik camiada araştırma konusu olmaya devam etmiş endüstri temelli yaklaşımın teorik yapısı, günümüz iş dünyasında işletme yöneticileri tarafından stratejik analizler için oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Porter, endüstri temelli yaklaşım analizinde, işletmelerin faaliyette bulunduğu dış çevreye odaklanmış ve işletmelerin rakiplerine göre üstün veya zayıf yönlerini belirleyerek rekabet üstünlüğü sağlamayı hedeflemiştir. Porter geliştirdiği bu model kapsamında, yine kendisi tarafından ortaya atılan “Beş Güç Analizi”, “Elmas Modeli” ve “Jenerik Stratejiler” kavramları doğrultusunda işletmelerin yapacakları değerlendirmeler neticesinde sürdürülebilir bir rekabet avantajını sağlayacaklarını savunmaktadır (Özbağ, 2016: 890).

Bu doğrultuda bu tez kapsamında endüstri temelli yaklaşım, Michael Porter tarafından geliştirilen “Beş Güç Analizi”, “Elmas Modeli” ve “Jenerik Stratejiler” olmak üzere üç alt başlık altında ele alınmıştır. Bu teorilere ait bilgiler, tanımlamalar ve bu teorilerin kapsamında yer alan unsurlar aşağıda ayrıntılı bir şekilde açıklanmaya çalışılmıştır.

3.3.1.1. Michael E. Porter’ın Beş Güç Analizi

Porter (1985), “Rekabet Avantajı” isimli çalışmasında, işletmeler arasındaki kâr farkının, endüstrinin uzun vadeli kar potansiyelinden ve endüstrinin yapısını ve işletmelerin rekabet gücünü belirleyen faktörlerden kaynaklandığını belirtmiştir. Endüstrinin uzun vadeli kar potansiyeli, tüm endüstrilerin eşit kar fırsatları sağlamadığı fikrine dayanmaktadır. Bu doğrultuda Porter (1985), endüstri kârlılığı,

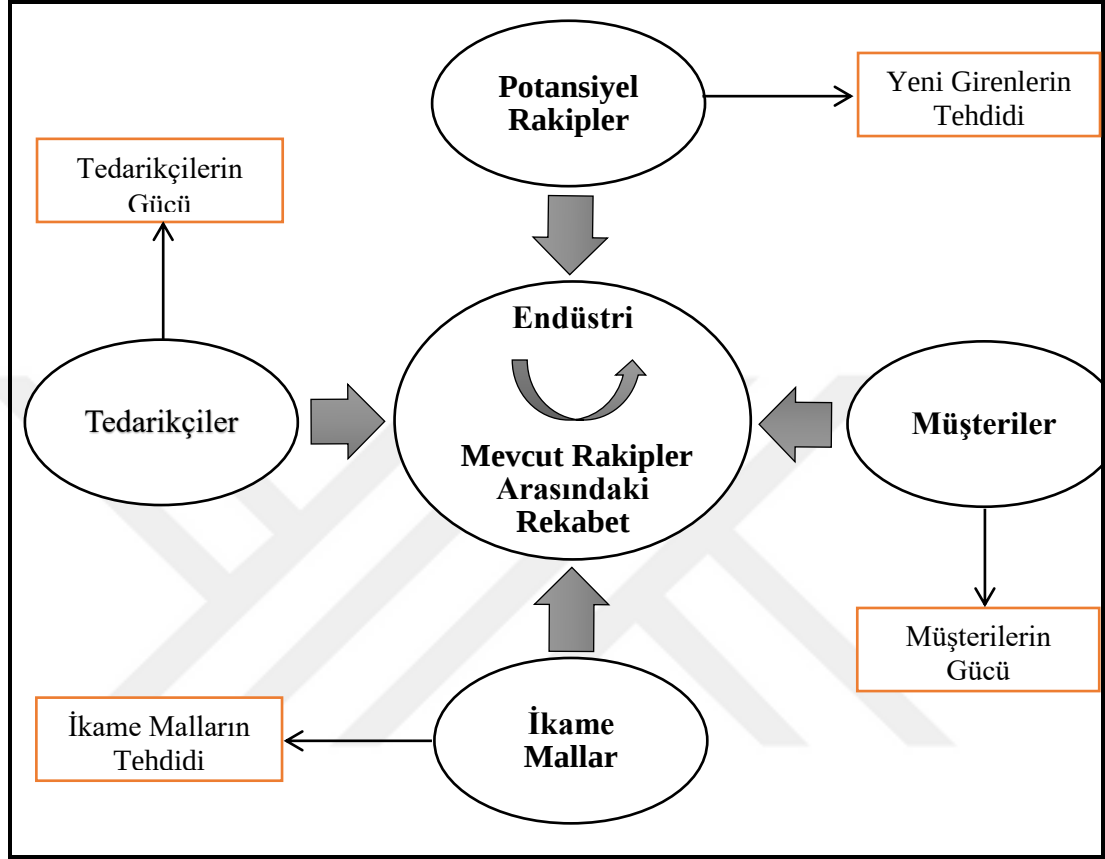
ürünlerin görünümü veya yüksek teknoloji yâda düşük kaliteli teknolojilerin uygulanması gibi bireysel şirketlerin özelliklerine bağlı olmadığına, bunun endüstri yapısına bağlı olduğuna inanmaktadır. Bu nedenle işletmeler arasında oluşan farklılıkları açıklamak için faaliyet gösterdikleri endüstrinin yapısını ve bu yapının genel özelliklerini veya dinamiklerini iyi analiz etmek gerekir (Barca ve Esen, 2012: 91). Bu doğrultuda Porter'ın beş güç analizi, çeşitli endüstrilerin neden farklı karlılık seviyelerine sahip olduğunu açıklamaya yardımcı olan bir iş analizi modelidir.

Yukarıda da ifade edildiği gibi model, 1985 yılında Michael E. Porter'ın "Rekabet Avantajı: Endüstrileri ve Rakipleri Analiz Etme Teknikleri" adlı kitabında yayımlandı. Dolayısıyla bu model Harvard Business School profesörü Michael E. Porter'ın adını alarak "Porter'ın Beş Güç Analizi" olarak literatüre girmiş, günümüzde iş uygulamalarını ve akademik düşüncüyü şekillendirmeye devam etmektedir. Beş güç analizi modeli, bir işletmenin faaliyette bulunduğu endüstri yapısını ve kurumsal stratejisini analiz etmek için yaygın olarak kullanılmaktadır. Porter'a göre, dünyadaki her pazarın ve endüstrinin şekillenmesinde rol oynayan beş gücün var olduğunu ifade etmektedir. Beş güç analizi, bir endüstrinin veya pazarın rekabet yoğunluğunu, çekiciliğini ve karlılığını ölçmek için sıklıkla kullanılan bir modeldir. Ayrıca Porter'ın beş güç analizi, her endüstriyi şekillendiren ve bir endüstrinin zayıf yönlerini ve güçlü yönlerini belirlemeye yardımcı olan ve işletmelerin başarıya ulaşmak için kendilerini nasıl konumlandırabileceklerini değerlendirmelerine yardımcı olan bir modeldir. Porter'ın bu modeli, endüstrideki rekabet düzeyini anlamak ve bir işletmenin uzun dönemde karlılığını artırmak için ekonominin herhangi bir bölümüne uygulanabilir (Scott, 2020).

Michael Porter bir endüstride veya piyasada faaliyette bulunan işletmeler arasındaki rekabeti etkileyen ve bu rekabeti şekillendiren beş güç ya da faktörün var olduğunu ifade etmiştir (Barca ve Esen, 2012: 92). Bunlar;

- Sektördeki rakipler, (mevcut rakipler arasındaki rekabet yoğunluğu)
- Sektöre yeni girenlerin yarattığı tehditler,
- Tedarikçilerin pazarlık gücü,
- Müşterilerin pazarlık gücü ve
- İkame ürünlerin yarattığı tehditlerdir.

Porter'ın beş güç analizi kapsamında yer alan faktörlerin şekil üzerinde gösterilmesi konunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Bu doğrultuda beş güç analizi aşağıda Şekil 3.1'de gösterilmiştir.



Kaynak: Porter, 2008: 80; Barca ve Esen, 2012:93; Grundy, 2006: 215.

Şekil 3. 1. Endüstri Rekabetini Şekillendiren Porter'ın Beş Güç Analizi

Şekil 3.1'de yer alan bu güçler, bir endüstri yapısını ve o sektördeki rekabet düzeyini belirleyen önemli faktörlerdir. Endüstri içerisinde yaşanan güçlü rekabet, sektörü daha az kârlı bir duruma getirecektir. Giriş engelleri düşük, çok az alıcılı ve tedarikçiye sahip ancak birçok ikame ürün ve rakibe sahip bir sektör, çok rekabetçi bir yapıya sahip olacaktır. Dolayısıyla, düşük karlılığa sahip olan bir endüstri pek de çekici bir yapıya sahip olmayacağını söylemek mümkündür.

Michael E. Porter tarafından ortaya atılan bu beş güce ait tanımlamalar ve açıklamalar aşağıda kısaca özetlenmiştir.

- **Sektördeki rakipler arasındaki rekabet**

Endüstri içerisinde yer alan rakipler arasındaki rekabet gücü, mevcut rakipler arasındaki rekabetin yoğunluğunu tanımlamaktadır. Bu güç, fiyat indirimleri, yeni ürün tanıtımları, reklam kampanyaları, ürünlerde oluşan farklılıklar, rakiplerin fazlalığı veya çeşitliliği, geri dönüşüm maliyetleri, sektörün büyüme hızı, teknoloji alanında ilerlemeler, mal veya hizmet iyileştirmeleri dâhil olmak üzere birçok şekilde ortaya çıkmaktadır. Mevcut işletmeler arasında yüksek rekabet, bir endüstrinin karlılığını sınırlamaktadır. Bir sektörün kâr potansiyeli derecesi, öncelikle şirketlerin rekabet etme yoğunluğuna ve işletmelerin hangi faaliyet alanında rekabet ettiklerine bağlıdır. Endüstri içindeki rakiplerin rekabet etmek için eşit koşullara sahip olup olmadığı, karlılık üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Endüstride oluşan fiyat rekabeti karları sektörden alarak doğrudan müşterilere akmasını sağlar. Ayrıca sürekli oluşan fiyat rekabeti, ürün ve hizmet kalitesinin önüne geçerek müşterilerin kalite algısını etkilemekte ve daha düşük fiyatlı ürün veya hizmetlere yönelmelerini sağlayacaktır. Bu durumun endüstri içindeki karları olumsuz yönde etkilediğini söylemek mümkündür. Rakipler arasındaki rekabet aşağıdaki durumlarda yoğunluk kazanmaktadır (Porter, 2008: 85):

- Çok sayıda rakip işletmenin varlığı,
- Sektördeki çıkış engellerinin yüksek olması,
- Endüstrinin büyüme hızının yavaş olması,
- Ürün veya hizmetlerin kolayca ikame edilebilir olması,
- Rakiplerin eşit büyüklükte ve eşit koşullara sahip olması ve
- Düşük müşteri sadakati.

Mevcut rakipler arasında rekabet yoğunluğu, bir endüstrinin ne kadar rekabetçi ve karlı olduğunun temel belirleyicisidir. Rekabetçi endüstride, işletmeler pazardan pay almak için agresif bir şekilde rekabet etmek zorundadır. Bu durum, işletmelerin faaliyetleri sonucunda düşük karlarla karşı karşıya kalmalarına neden olacaktır.

- **Potansiyel rakipler**

Potansiyel rakipler, bir endüstriye veya sektöre yeni girenlerin oluşturduğu tehdit gücüdür. Bu güç, mevcut durumdaki fiyatlar ve maliyetler üzerinde baskı oluşturarak mevcut işletmelerin varlığını tehdit etmektedir. Bu durumun en büyük

sebebi yeni girenlerin pazar payından hak kazanma arzusudur. Yeni girenlerin tehdidi, bir endüstrinin kar potansiyelini sınırlamaktadır. Tehdit yüksek olduğunda, endüstride mevcut olan yerleşik işletmelerin yeni rakipleri caydırmak için ya fiyatlarını düşürmeli ya da yatırımlarını artırmalıdır. Bir sektöre yeni girenlerin yarattığı tehdit, mevcut giriş engellerinin yüksekliğine ve mevcut yerleşik işletmelerin gösterecekleri tepkiye bağlıdır. Giriş engelleri düşük ve aynı zamanda mevcut işletmelerin yeni gelenlere gösterecekleri tepki düşükse, giriş tehdidi de aynı oranda yüksek olacaktır. Yüksek bir endüstri karlılığı her zaman rakipleri cezbetmekte ve endüstri karlılığından faydalanmak için fırsat kollamalarını sağlayacaktır (Porter, 2008: 80-81).

Yeni girenlerin tehdidi, belirli bir endüstriye girmenin ne kadar kolay olup olmadığını belirleyen bir güçtür. Bir endüstri kârlıysa ve girmek için çok az engel varsa, kısa sürede rekabet yoğunlaşır. Daha fazla işletme aynı pazar payı için rekabet ettiğinde, işletme başına düşen kar azalmaya başlar. Endüstri koşullarının ve mevcut işletmelerin, yeni girenleri caydırmak için yüksek engeller oluşturmaları gerekir. Bir endüstriye ve sektöre yeni girenlerin oluşturacağı tehditler aşağıdaki durumlarda yüksek olacaktır. Bunlar;

- Bir pazara girmek için düşük miktarda sermayenin yeterli olması,
- Mevcut işletmelerin gösterecekleri tepkinin düşük olması,
- Mevcut işletmelerin patentler, ticari markalar, ticari sırlar gibi fikri mülkiyet haklarından yoksun olması,
- Pazara yönelik kanun veya yasaların eksik olması,
- Pazar veya faaliyet alanları değiştirme maliyetlerinin düşük olması,
- Müşteri sadakati düşük olması,
- Ürün veya hizmetlerin benzer olması / farklılaşmanın olmaması.

Bir pazara veya endüstriye girişte güçlü engeller varsa, o endüstri içinde mevcut işletmeler için ideal bir durumdur, çünkü işletmeler daha yüksek fiyatlar talep edebilir ve daha iyi şartlar için pazarlık yapabilirler. Aksi durumda yeni girenler, sektöre yeni üretim kapasiteleri ve yeni kaynaklar getirdiğinden, pazar payı oranının düşmesine neden olmaktadır. Bu, yerleşik işletme karlarının seviyesinin azalmasına ve hatta işletmelerin hayatta kalmalarını tehdit eden bir durum olarak ortaya çıkmaktadır (Scott, 2020).

- **Tedarikçiler**

Tedarikcilerin sahip olduğu güç bir endüstrideki rekabeti etkileyen diğer bir faktördür. Tedarikçiler ürün ve hizmetlerde farklılık yaparak fiyatlarda değişiklik yapabilme gücüne sahiptir. Bu durum, ürün ve hizmetlerin maliyetlerinin değişmesine yol açarak işletmelerin karlılık oranlarını etkileyebilir. Bu doğrultuda tedarikçiler bir pazarda veya endüstride ürün veya hizmetlerin fiyatlarını veya kalitelerini doğrudan etkileme gücüne sahip önemli bir güçtür. Maliyetleri değişen ürün veya hizmetlerin, işletmelerin pazara sundukları ürünlerin fiyatlarında ve kar stratejilerinde de değişime sebebiyet verecektir (Kara, 2020: 44).

Tedarikçi sayısının çok olması işletmelerin tedarikçiler arasında seçim yapma şansını artırır. İşletmelerin ne kadar çok seçim yapma şansı olursa, daha ucuz bir alternatife geçmek o kadar kolay olacaktır. Buradan hareketle işletmelerin ilişki içinde olduğu tedarikçi sayısı az ise pazarlık güçleri azalır. Bu durum tedarikçilerin güçlerini artırır, konumlarını güçlendirir ve işletmeleri daha fazla ücretlendirmeye iterek kârlarını etkileyebilir. Tedarikçiler aşağıdaki durumlarda güçlü konumda olabilirler;

- Az sayıda tedarikçiye karşın çok sayıda alıcının varlığı,
- Tedarikçilerin büyüklüğü ve sahip oldukları finansal güç,
- İkame hammadde avantajına sahip olması,
- Esnek hammadde maliyetlerini değiştirme özelliğine sahip olması,
- Hammadde maliyetlerinin yüksek olması.

Pazarlık gücü yüksek tedarikçiler genellikle işletmelerle ilişkilerinde kendi kararlarını dayatabilme gücüne sahiptirler. Bu nedenle, işletmeler kendi stratejik kararlarını ve davranışlarını seçme ve uygulama konusunda yeterli esnekliğe sahip olmayabilirler. Tedarikçinin pazarlık gücü çok düşükse, işletmeler tedarikçiyle olan ilişkisinde tedarikçiye şartlarını kabul ettirebilir ve bu doğrultuda kendi stratejilerini uygulamakta daha özgür olacaklarını söylemek mümkündür (Alkan, 2019: 60).

- **Müşteriler**

Porter'ın beş güç analizinde bulunan müşteriler, endüstride alıcıların pazarlık gücünü ifade eden diğer bir unsurdur. Alıcıların güçlü olması, işletmelerin faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan mal ve hizmetlerin fiyatlarının düşmesine neden

olabilmektedir. Ayrıca, alıcıların ürün ve hizmetlerde yüksek kalite beklentileri endüstride yer alan işletmelerin birbirleriyle olan rekabetini artırabilmektedir. Bu durum işletmelerin ve endüstrinin kârlılığını engelleyeceğini söylemek mümkündür (Süslü, 2019: 54). Müşterilerin bilgi alma imkânları, fiyatlara duyarlılıkları, kalite ve performans algıları, ikame mallar, satın alma miktarı, diğer tedarikçilere geçiş maliyetlerinin düşük olması gibi faktörler alıcıların gücünü belirlemede rol oynayan unsurlardır (Barca ve Esen, 2012: 93).

Alıcılar, pazarlık güçleri güçlü olduğunda endüstri üreticilerinden daha düşük fiyat veya daha yüksek ürün kalitesi talep etme gücüne sahiptir. Daha düşük fiyat, üretici için daha düşük gelir anlamına gelirken, daha kaliteli ürünler genellikle üretim maliyetlerini yükseltir. Her iki senaryo da üreticiler için daha düşük karlarla sonuçlanır. Az sayıda ve güçlü bir müşteri tabanı, her müşterinin daha düşük fiyatlar talep etmesine ve bu doğrultuda pazarlık yapmak için daha fazla güce sahip olduğu anlamına gelir. Çok sayıda ve bağımsız bir müşteri grubuna sahip bir işletme, karlılığı artırmak için daha yüksek fiyatlar talep etme olanağına sahip olduğunu söylemek mümkündür (Scott, 2020).

- **İkame mallar**

İkame ürün veya hizmetler, bir endüstride işletmeler tarafından yaratılan ürünler ile aynı veya benzer bir işlevi yerine getiren alternatif mal veya hizmetleri ifade eder. İkame malların tehdit gücü, özellikle alıcılar cazip fiyatlarla veya daha iyi kalitede ikame ürünleri kolayca bulabildiklerinde ve alıcılar bir ürün veya hizmetten diğerine çok az maliyetle geçebildiklerinde güç kazanmaktadır. Tehdit olarak en çok dikkat çeken ikame ürünler, endüstride bulunan ürünlerle aynı fiyat-performans değerine sahip olanlardır. Ayrıca bir endüstride bulunan ürünlerin performansı, pazarlama veya farklı yollarla alternatiflerinden farklılaşmazsa hem karlılık hem de büyüme potansiyeli açısından zarar görecektir (Aydın, 2014: 11).

Bir endüstride işletmelerin ürettikleri mal veya hizmetlerin taklit edilebilme özelliği zor olduğunda, işletmelerin fiyatları artırma ve uygun koşullarda rekabet edebilme konusunda daha fazla güce sahip olacaktır. Ancak ürün veya hizmetlerin taklit edilebilme özelliği kolay olduğunda, müşteriler bir işletmenin ürününü satın

almaktan vazgeçme seçeneğine sahip olacak ve bu doğrultuda işletmelerin gücü zayıflayabilecektir.

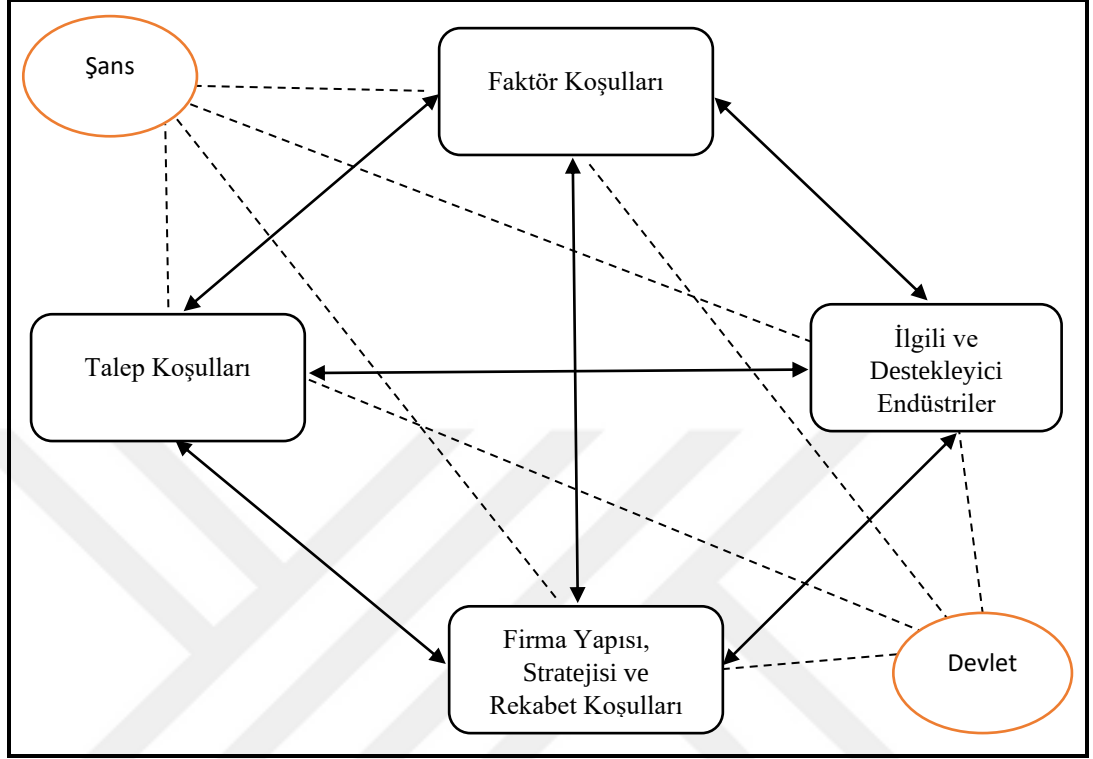
3.3.1.2. Michael E. Porter’ın Elmas Modeli

Michael Porter, akademik yazında rekabet avantajı ile ilgili çok sayıda teorisinin yalnızca maliyete odaklandığını ve bölünmüş pazarlar, farklılaştırılmış ürünler ve teknolojik farklılıkları gibi faktörlerin dikkate alınmadığını ifade etmektedir. Bu doğrultuda Porter daha kapsamlı bir rekabet anlayışını içeren, sadece maliyet odaklı değil aynı zamanda farklılaşma, yenilik ve ölçek ekonomileri gibi faktörlerin de dâhil edildiği yeni bir teori üzerine yoğunlaşmanın gerekli olduğu savunmuştur. Bu yeni teori, bir ülkede belirli endüstrilerde faaliyet gösteren işletmelerin nasıl başarılı olduklarını ve bu başarının kaynağını hangi faktörlerin oluşturduğunu anlamayı ve tanımlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla Porter, dört yıl boyunca 100 endüstrinin farklı ekonomik özelliklerini içeren on ülkede (ABD, Almanya, Danimarka, Güney Kore, İngiltere, İtalya, İsveç, İsviçre, Japonya ve Singapur) bir inceleme yaparak rekabet avantajını belirleyen unsurları bulmaya çalışmıştır (Bakan ve Doğan, 2012: 442).

Porter yaptığı çalışmada, “Neden bazı ülkeler diğer ülkelere kıyasla daha rekabetçi konumdadır?” sorusuna yanıt aradı ve küresel rekabet edebilirlik konusunda bir ülkenin diğerlerine göre nasıl üstün özellikler kazandığını belirlemeye çalışmıştır (Smit, 2010: 112). Bu nedenle Porter yaptığı çalışmanın analizleri sonucunda, ülkelerin ve sektörlerin rekabet üstünlüğü faktörlerini belirlemek; ülkelerin ve sektörlerin rekabet gücünü belirleyen bu faktörlerin karşılıklı etkileşimlerinin teorik temellerini oluşturmak için Elmas Modelini geliştirmiştir. Model aynı zamanda, belirli bir bölgede bazı endüstrilerin neden diğerlerinden daha başarılı olduğunu açıklayan stratejik bir ekonomik modeldir (Bakan ve Doğan, 2012: 442).

Porter’ın geliştirdiği Elmas Modeli, “faktör koşulları”, “talep koşulları”, “ilgili ve destekleyici endüstriler”, ile “firma yapısı, stratejisi ve rekabet koşulları” olmak üzere dört bileşen altında toplanmaktadır. Bu bileşenler modelin ana belirleyicileridir. Ayrıca bu bileşenlere ek olarak, “şans” ve “devlet” faktörleri de sisteme dâhil edilmiştir. İlk dört bileşen bir sektörü doğrudan etkileyen bileşenler iken; şans ve devlet bileşenleri ise sektörü dolaylı olarak etkileme özelliğine sahiptir (Kara, 2020:

47). Michael Porter'ın Elmas Modeli kapsamında yer alan bileşenler ve modelin genel yapısı aşağıda Şekil 3.2 üzerinde gösterilmiştir.



Kaynak: Porter, 1998; Abdullah, 2019:34.

Şekil 3. 2. Michael E. Porter'ın Elmas Modeli

Porter'ın Elmas Modelinde, bütün bileşenler birbiri ile etkileşim halindedir. Bir bileşenin etkisi diğer bileşenlere bağlıdır. Bu modelde sistem bir bütün olarak çalışmaktadır. Modelin kapsamında yer alan dört temel faktörün tümü geçerli olursa işletmelerin başarılı olacağını söylemek mümkündür.

Faktör Koşulları: Faktör koşulları, Elmas Modelinin ilk unsurudur. Bir ülkede bulunabilen veya bulunmayan farklı kaynak türlerine atıfta bulunurlar. Uluslararası ekonomik ortamda bir ülkenin rekabet gücü, sahip olduğu faktör şartlarına bağlıdır. Toprak, emek ve sermaye söz konusu faktör şartlarını ifade etmektedir. Ayrıca faktör koşulları, ulusal ekonominin rekabet edebilirlik kapasitesini ve gücünü artıran, vasıflı insan kaynakları havuzu, maddi kaynaklar, bilgi kaynakları, teknolojik yenilik kapasitesi, altyapı ve sermaye gibi unsurları içerir (Koç ve Özbozkurt, 2014: 88).

Bakan ve Doğan (2012) faktörleri üç kategoriye ayırarak sınıflandırmıştır. Birincisi temel veya gelişmiş faktörlerdir. İkincisi, geliştirilmiş veya uzmanlaşmış

faktörlerdir. Üçüncü ayırım ise, faktörlerin miras alınıp alınmadığı (konum veya doğal kaynaklar gibi) veya uluslar tarafından yaratılıp yaratılmadığıdır. Gelişmiş, uzmanlaşmış ve yaratılmış faktörler, temel, genelleştirilmiş ve miras faktörlerinden daha sürdürülebilir avantajlar sağlamaktadır. Öte yandan gelişmiş, uzmanlaşmış ve yaratılmış faktörler, rekabet avantajı için daha belirleyici ve sürdürülebilir bir temel olarak kabul edilmektedir. Temel, genelleştirilmiş ve miras alınan faktörler uluslararası rekabet gücüne zemin oluştururken; gelişmiş, uzmanlaşmış ve yaratılmış faktörler ise asıl rekabet edebilirlik gücü sağlayan, işletmelere değer yaratan faktörlerdir (Bakan ve Doğan, 2012: 443).

Talep Koşulları: Bu bileşen, bir ülkenin iç pazarındaki ürün veya hizmetlere olan talebi açıklamaktadır. Yerel müşterilerden gelen bu tür talepler, işletmeleri kaliteyi artırmaya, yenilik yapmaya ve büyümeye sevk etmektedir. Bu doğrultuda alıcılar, işletmeleri yenilik ve kalite konusunda sürekli bir gelişim ve iyileşme sağlama konusunda baskı oluşturmaktadırlar. Bu bileşen, işletmelerin, müşterilerin gelecekteki ihtiyaçları hakkında erken bilgi edinmelerine ve daha hızlı inovasyon yapmalarına olanak tanıyarak işletmelerin rakiplerine göre sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamasına yardımcı olduğunu söylemek mümkündür.

Talep koşulları iç pazardaki tüketicilerin doğasını yansıtan, ulusal rekabet üstünlüğünün ikinci geniş belirleyicisidir. Talep koşulları, belirli faktör koşullarının oluşumunu ve yapısını etkilemektedir. Yeniliğin ve ürün geliştirmenin hızı ve yönü üzerinde önemli etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin, Japon otomobil alıcıları, Japon otomobil üreticilerine yüksek kalite standartları konusunda baskı uygulamakta ve bu da tüm endüstriyi uluslararası düzeyde rekabet etmeye hazır hale getirmektedir (Bakan ve Doğan, 2012: 444).

İlgili ve Destekleyici Endüstriler: Bu bileşen Elmas Modelinin üçüncü belirleyici faktörüdür. Bir işletmenin büyümesi, yenilik yapması, müşterilere daha fazla değer sağlaması ve küresel olarak daha rekabetçi hale gelmesi için ilgili ve destekleyici endüstrilerin ülke içinde varlığı önemlidir. Porter'a göre, bir endüstrinin başarısı, ilgili ve destekleyici endüstrilerinin başarısına bağlıdır, çünkü uluslararası rekabet gücü olan tedarikçiler girdilere uygun maliyetli erişim sağlayabilirler. Bu doğrultuda, bir ülkede yan sanayilerin ve diğer ilgili sanayilerin varlığı, rekabet

üstünlüğünün yaratılması ve sürdürülebilirliğinin önemli bir belirleyicisidir. İlgili ve destekleyici endüstriler, rekabet avantajına yol açabilecek teknolojik alt yapılar ve bilgi alışverişi doğrultusunda işletmeleri yenilik ve gelişim sağlamalarına teşvik etmektedir (Kincaid, 2005: 19).

Firma Yapısı, Stratejisi ve Rekabet Koşulları: Bölgesel koşullar, işletmelerin faaliyette bulunduğu sektördeki stratejilerini etkileyebilir. Sektördeki düşük rekabet, o sektörü çekici kılmaktadır. Bu doğrultuda, işletmeler düşük rekabet eğilimindedir, ancak bölgesel rekabet, işletmeleri yenilik yapmaya, yani yeni ürünler üretmeye ve geliştirmeye zorlamaktadır. Sonuç olarak, yüksek bölgesel rekabetin, düşük küresel rekabete yol açtığını söylemek mümkündür. Uluslararası rekabet avantajı yaratmanın dördüncü belirleyicisi, şirketin faaliyet gösterdiği endüstrinin yapısal özelliklerine, rekabet durumuna ve buna uygun şirketin belirleyeceği stratejiye bağlıdır. Şirketin stratejisiyle belirlenen yönetim ve koordinasyon tarzı, küresel rekabet için kritik bir role sahiptir. Örgütsel kültür, yakalanan ulusal prestij imajı ve iç rekabetin yarattığı rekabet ortamı ve kültürü, küresel rekabet için kritik bir öneme sahiptir (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008: 118-119).

Elmas modelinin bu bileşeni, yerel pazardaki rekabet doğasının yanı sıra, organizasyon ve yönetim bağlamında yapılması gereken her şey anlamına gelmektedir. Ayrıca işletmelerin içinde bulunduğu sosyal çevre, uygulanan insan kaynakları yönetimi uygulamaları, yönetim tarzı ve stratejiler, rekabet avantajı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. İşletmeler, hedeflerine ve yöneticilerinin izledikleri yaklaşımlara göre değişen stratejilere göre yönetilmektedir. Bu açıdan bakıldığında işletmelerin yapısı, stratejileri ve rekabet koşulları, sürdürülebilir rekabet avantajı ve devamı için önemli bir bileşendir (Saeed, 2015: 177).

Devlet: Genel olarak, devletler uluslararası pazarda rekabet gücü yaratma sorumluluğuna sahiptir. Bu sorumluluklar, şirketlerin standartlarını iyileştirerek performanslarını artırmaya teşvik etmek, alıcılar tarafından talebi yüksek ürünleri önceden belirleyip modellemek, işletmelerin kendi kaynaklarını oluşturmalarına destek vermek ve bölgesel rekabeti engelleyecek birliktelikleri (tekeller) sınırlamaktır. Bu durumda daha öncede ifade edildiği gibi devletin rolü elmas modelinde yer alan diğer bileşenleri destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

Şans: Bu bileşen, doğal afetler, finansal ve siyasi krizler veya savaş gibi endüstri veya ülke üzerinde olumlu veya olumsuz etki yaratabilecek, önceden tahmin edilemeyen ve rekabet ortamındaki göreceli pozisyonları değiştirebilen harici olayları ifade etmektedir. Bu bileşenler işletmelerin kontrolü dışında kabul edilir, fakat bu bileşen sektör yapısını yeniden şekillendiren güçler oluşturarak işletmelerin rekabetçi konumlarını kaybetmelerine neden olur. Bu tür faktörler şirketlerin kontrolü dışında olsa da, teknolojik imkânlarla işletmeler, bu faktörleri takip etmeli, tahmin etmeli ve böylece ileriye dönük stratejik kararlar alarak rekabet avantajı sağlayabilirler (Bakan ve Doğan, 2012: 446).

3.3.1.3. Michael E. Porter’ın Jenerik Stratejileri

Günümüzde işletmeler hem ulusal hem de uluslararası ekonomik ortamda şiddetli bir rekabetle karşı karşıyadır. Buna göre, işletmelerin rekabet avantajını elde etmek veya devam ettirmek için stratejik seçimler yapmak zorundadır. Stratejik seçimler yapılırken kullanılan yaklaşımların dikkatli bir şekilde seçilmesi ve uygulanması gerekir. İki ana bakış açısının işletmelerin strateji anlayışını ve seçimlerini şekillendirdiğini söylemek mümkündür. Bu bakış açıları daha önce de ifade edildiği gibi endüstriyel bakış açısı ve kaynak temelli bakış açısı olmak üzere iki kategoride değerlendirilmektedir (Bordean, Borza, Nistor ve Crisan-Mitra, 2010: 173).

Endüstriyel temelli yaklaşımlar ile ilgili daha önceki başlıklarda endüstri ortamını tehdit eden ve işletmelerin karlılık seviyelerinin azalmasına neden olan Porter’ın beş güç analizinden; daha sonra belli bir endüstri ortamında faaliyetlerini sürdüren işletmelerin rekabet edebilirlik düzeylerini etkileyen bazı faktörlerin ve koşulların olduğunu ifade eden elmas modelinden bahsetmiştik.

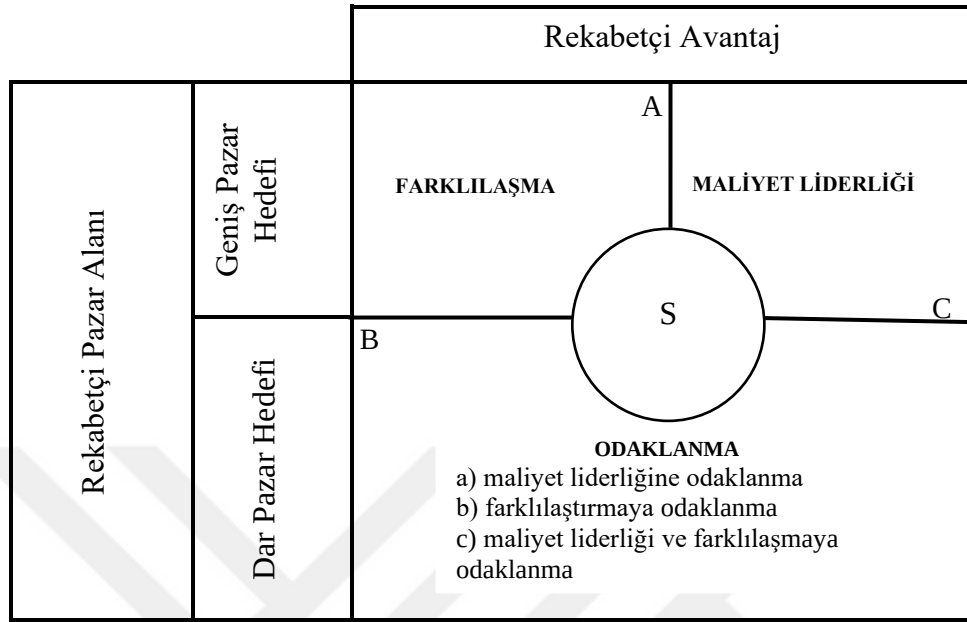
Daha önceki modeller kapsamında bir endüstriyi veya sektörü analiz etmek, işletmelerin rekabet gücüne göre güçlü veya zayıf yönlerini belirlemelerine yardımcı olduğunu söylemek mümkündür. Bu doğrultuda, işletmeler, endüstriyi veya kendilerini etkileyen rekabetçi güçlerin kuvvetini bilirse, bu kuvvetin uyguladığı baskıya karşı kendilerini uygun bir konuma yerleştirmek için savunma veya saldırgan eylemlerde bulunarak stratejiler geliştirebilirler. Bir işletme için ilk düşünce, kendisini rekabetçi güçlere karşı “savunulabilir” bir konuma yerleştirmek olsa da aslında Porter, işletmelerin kendi eylemleriyle rekabet güçleri etkileyebileceğini düşünmektedir. Bu

bağlamda, Porter, ana rekabet güçlerinin baskısına karşı kendilerini konumlandırmak ve sektör ortalamasından daha yüksek karlılık elde etmek için işletmelerin izlemesi gereken stratejiler önermiş ve bu stratejiler jenerik rekabet stratejileri olarak adlandırmıştır (Ormanidhi ve Stringa, 2008).

Porter'ın jenerik rekabet stratejileri, tımdengelime doğru sınıflandırılmış yapılandırılmalı bir araştırma modelidir. Porter'ın “Rekabet Stratejisi (1980)” ve “Rekabet Avantajı (1985)” kitaplarında anlatılan jenerik stratejiler, örgütsel stratejileri incelemek için en yaygın kullanılan strateji yöntemi olarak kabul görmüştür (Smith, 2011: 25). Buradan hareketle, Porter tarafından ortaya atılan rekabetçi jenerik stratejiler, endüstriyel bir bakış açısı sağlayarak işletmelerin rekabet avantajı sağlamada yol haritalarını geliştirmelerine yardımcı olan önemli bir strateji kaynağıdır.

Michael E. Porter işletmelerin faaliyet gösterdikleri endüstri ortamında rekabet üstünlüğü sağlayan bu stratejileri; maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma stratejisi olmak üzere üç temel stratejiyi önermektedir. Porter'ın jenerik stratejileri, uzun yıllar boyunca kurumsal rekabet stratejisine hakim olmuş önemli bir modeldir. Bu modele göre, bir işletme, rekabet avantajı sağlayabilmek için seçtiği jenerik strateji türü ile işletmenin arzu ettiği pazar veya endüstri hedefi arasındaki bağlantıyı sağlayarak nasıl rekabet etmek istediğini seçebilir (Bordean vd. 2010: 174).

Michael E. Porter tarafından geliştirilen, stratejik yönetim alanında önemli bir kavram haline gelen ve bilimsel çalışmalarda işletmelere bulunduğu pazarda ve endüstride rekabet üstünlüğü sağladığı kanıtlanmış bu rekabetçi jenerik stratejiler aşağıda Şekil 3.3'te görölmektedir.



Kaynak: Porter, 1985: 12; Peker, Özdemir, Kerse ve Arsu, 2016: 13.

Şekil 3. 3. Michael E. Porter'ın Rekabetçi Jenerik Stratejileri Modeli

Yukarıdaki Şekil 3.3'te görüldüğü üzere jenerik stratejiler maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma stratejilerinden oluştuğunu söylemek mümkündür. Ayrıca bu stratejilerden odaklanma stratejisi, maliyet liderliğine odaklanma, farklılaşmaya odaklanma veya hem maliyet hemde farklılaşma stratejilerine odaklanma şeklinde üç türde şekillendiğini söylemek mümkündür. Şekil 3.3'te görüldüğü üzere rekabetçi pazar alanı doğrultusunda işletmelerin rekabet avantajı sağlayabilmesi için, maliyet liderliği ve farklılaşma stratejileri geniş bir pazarı hedeflerken, odaklanma stratejisi ise belli bir müşteri grubuna yani dar bir pazarı hedeflediğini söylemek mümkündür.

Porter (1980), üç temel stratejik alternatifini açıklarken, bu genel stratejilerden herhangi birini etkili ve tam bağlı bir şekilde uygulamak, genellikle endüstri ortalamasının üzerinde bir karlılığa sahip olunacağını ifade etmektedir. Ayrıca Porter, maliyet liderliği ve farklılaşma stratejilerinin bir yelpazenin zıt uçlarında olduğuna ve bu nedenle bu iki stratejinin başarılı bir firmada aynı anda gerçekleşemeyeceğine inanmaktadır. Porter (1985), spesifik olarak, bir firmanın stratejisini optimize etmenin faydalarının, bir firmanın aynı anda birden fazla strateji izlemesi durumunda elde

edilemeyeceğini ve bu nedenle başarılı işletmelerin yalnızca üç spesifik genel stratejiden biri üzerinde rekabet etmesi gerektiğini belirtmektedir (Smith, 2011: 26).

Bu doğrultuda Porter'ın işletmelere tavsiyesi, Şekil 3.3'te sunulan beş stratejiden birini izlemek, endüstri ortamında sağlanacak rekabet üstünlüğünün temel hedefidir. Ayrıca bu stratejilerden herhangi birinin uygulanması, işletmelere sektörde elverişli bir konum elde etme yeteneği verecek jenerik stratejilerdir. Porter'ın özellikle tavsiye etmediği stratejik alternatif, “ortada sıkışmış” olarak adlandırılan S çemberi ile gösterilen konumdur. Buradan hareketle Porter'ın, eğer bir işletme ortalamanın üzerinde bir performans elde etmek istiyorsa, jenerik stratejiler arasındaki seçimlerini doğru bir şekilde seçmeli ve bu stratejiler arasında kararsız kalınmaması gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca Şekil 3.3'te S ile gösterilen pozisyon tavsiye edilmeyen tek seçenek değildir. Aynı şekilde AS, BS ve CS olarak belirtilen pozisyonlar da tavsiye edilmeyen seçenekler arasında değerlendirilmektedir (Ormanidhi ve Stringa, 2008: 57-58).

Michael E. Porter tarafından geliştirilen, rekabetçi jenerik stratejileri aşağıda kısaca özetlenmiştir.

Maliyet liderliği stratejisi: Maliyet liderliği veya diğer bir adıyla “düşük maliyetli” strateji, organizasyonel verimliliğe vurgu yapmaktadır (Pulaj, Kume ve Cipi, 2015: 274). Bu strateji, bir işletmenin mal ve hizmeti rakiplerine göre daha düşük maliyetle üreterek rekabet avantajı elde etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca maliyet liderliği; yüksek verimlilikle faaliyet gösteren işletmelerin, yüksek seviyedeki girdilerin maliyetlerinin düşürülmesini, düzenli olarak gider maliyetlerin kontrolü, satış ve reklam gibi alanlarda maliyetleri minimum seviyeye indirgemeyi hedefleyen bir jenerik strateji türüdür (Erkahraman, 2019: 33).

Maliyet liderliği stratejisini izleyen işletmeler, endüstri ortamında düşük maliyetli konumlarını oluşturmak ve devam ettirmek için genellikle bu yaklaşıma uygun bir dizi kaynaklara ve özelliklere sahip olması gerekir (Bordean vd.2010: 174). Bu doğrultuda en düşük maliyetli üretici olmak için, bir işletmenin aşağıdaki kaynaklardan ve özelliklerden birkaçını elde etmesi veya kullanması bu stratejinin amacına ulaşmasını sağlayacaktır. Bunlar;

- Yüksek verimlilik seviyelerini sağlamak,
- Yüksek ve etkin kapasite kullanımını sağlamak,
- Sıkı ve düzenli maliyet kontrolünü sağlamak,
- En etkili dağıtım kanallarına ulaşmak,
- Ölçek ekonomilerinden yararlanmak,
- Üretim girdilerinde en düşük fiyatları elde etmek için pazarlık gücüne sahip olmak,
- Yalın üretim yöntemleri (örneğin JIT) uygulamak
- Üretim sürecinde teknolojinin etkin kullanımını sağlamak.

Düşük bir maliyet stratejisini uygulayan işletmeler, yukarıda sayılan maliyet avantajı kaynaklarını bulmalı ve etkin bir şekilde kullanmalıdır. Bir işletme genel olarak maliyet liderliğini başarabilir ve sürdürebilirse, faaliyette bulunduğu endüstri de ortalamanın üzerinde bir performans sergileyeceğini söylemek mümkündür.

Farklılaşma stratejisi: Bu strateji, bir işletmenin faaliyette bulunduğu endüstri genelinde rakiplerinden farklı, benzersiz olarak algılanan bir ürün veya hizmetin yaratılmasını ifade eder. Farklılaşma stratejisi, bir pazarda geniş bir müşteri kitlesine hitap etmeyi hedeflemektedir. Bu strateji, belirli bir endüstride veya sektörde ortalamanın üzerinde getiri elde etmek için uygulanabilir bir stratejidir ve aynı zamanda müşterilerin marka sadakatini artıran bir stratejidir. Ortaya çıkan yüksek marka sadakati müşterilerin fiyata olan duyarlılığını azaltır. Alıcıların sadakati aynı zamanda bir giriş engeli işlevi görebilir. Çünkü sektöre yeni girecekler, başarılı bir şekilde rekabet edebilmek için ürünlerini veya hizmetlerini bir şekilde farklılaştırmaları gerekir. Bu farklılaştırma yeni gireceklere kendi ayırt edici yetkinliklerini geliştirmeleri ve aynı zamanda güçlü bir altyapı ve sermaye desteği gerektirmektedir. Buradan hareketle farklılaşma stratejisinin başarıya ulaşabilmesi, işletmelerin, güçlü bir teknolojik altyapı, yaratıcılığı yüksek insan kaynağı, gelişmiş dağıtım kanalı ve müşteri ilişkileri gibi uzmanlık alanlarında rakiplerinden önde olmaları gerektiğini söylemek mümkündür (Tanwar, 2013: 13).

Odaklanma stratejisi: Bu strateji, işletmenin belli bir hedefe odaklanmasını ve uygulanan bütün stratejilerin bu hedef doğrultusunda şekillendirilip hayata geçirilmesini ifade etmektedir (Barca ve Esen, 2012: 97-98). Zuckerman (2002)

odaklanma stratejisini, işletmelere rekabet avantajı sağlayacak dar bir pazar bölümünün seçilmesi ve seçilen bölümün ihtiyaçlarını karşılamak için ürün ve hizmetlerin ya da satış ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi biçiminde tanımlamıştır (Eren, 2014: 6004).

Odaklanma stratejisi, işletmelerin geniş bir pazar kitlesine yönelik stratejiler geliştirmek yerine, sadece belirli özel ihtiyaçlara sahip müşteri gruplarına odaklanarak müşterilerin beklenti ve isteklerinin karşılanmasına yönelik bir jenerik stratejidir. Diğer bir deyişle “dar hedef kitlelerine” yoğunlaşarak uygulanan ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayan bir jenerik stratejidir (Peker vd. 2016: 15). Ayrıca Porter’a (1989:13) göre odaklanma stratejisinde hedef, alışılmadık ve farklı ihtiyaçları olan alıcı gruplarıdır. Odaklanma stratejisinin üç farklı şekilde gerçekleştiğini söylemek mümkündür (Weber ve Polo, 2010: 106). Bunlar;

- Maliyet liderliğine odaklanma,
- Farklılaşmaya odaklanma veya
- Maliyet liderliği ve farklılaşma stratejilerinin kombinasyonu şeklinde uygulanabilir.

Yukarıda ifade edildiği gibi, odaklanma stratejileri, belirli bir hedef kitleye uygulanan maliyet liderliği, farklılaşma stratejisi ya da bu iki stratejinin kombinasyonu şeklindedir. Küreselleşme nedeniyle sektörde yaşanan yoğun rekabetin şiddetine dayanamayan işletmeler tarafından tercih edilen bir jenerik strateji türüdür. İşletmeler, odaklanma stratejisinin uygulanmasıyla belirli bir pazar payı ve satıştan vazgeçmiş gibi görünseler de strateji başarılı bir şekilde uygulanırsa, rakiplerinden daha fazla kar elde edebilirler (Peker vd. 2016: 15).

3.3.2. Kaynak Temelli Yaklaşım

İşletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanabilmesi için geliştirilebilecek kurumsal stratejiler içerisinde kaynak temelli yaklaşım ve endüstri temelli yaklaşımların olduğunu daha önce ifade etmiştik. Kaynak temelli yaklaşım, işletmenin kaynaklarına ve yeteneklerine olan bağlılığıdır (Marangoz ve Özberk, 2020). Başka bir ifadeyle, kaynak temelli yaklaşımlar, işletme kaynaklarının kullanımına bağlı olarak gelişen yaklaşımdır. Ayrıca bu yaklaşım, işletmelerin kaynaklarının etkin ve

verimli bir şekilde kullanılması rekabet avantajını yaratacağını savunmaktadır. Kaynak temelli yaklaşımın bazı kavramları ve unsurları ilk defa 1959'da Penrose tarafından önerilmiştir. Penrose (1959), yaptığı çalışmada işletmelerin kaynaklarının toplamından oluştuğunu ifade etmiştir (Süslü, 2019: 72). Kaynak temelli yaklaşım (Resource-Based View) stratejik yönetim literatüründe ilk kez Wernerfelt (1984) tarafından kullanılmıştır. Bu yaklaşım üzerine çok sayıda araştırma yapılmasına rağmen Barney (1986, 1991), Dierickx ve Cool (1989), Prahalad ve Hamel (1990) ve Peteraf (1993) tarafından yapılan ufuk açıcı çalışmalar, kaynak temelli yaklaşımın kapsamlı bir şekilde ele alınmasına ve teorik bir çerçevede gelişmesine zemin hazırlamıştır (Ong, Ismail ve Goh, 2010: 375).

1980'lerden önce işletme kaynaklarına ait bazı kavram ve unsurlar işletmelerin büyüklükleri ve faaliyetleri kapsamında incelenmiş, 1980'lerden sonra ise bu kavram ve unsurlar işletmelerin yaratacağı rekabet üstünlükleri doğrultusunda inceleme konusu olmuştur. Bu dönemlerde işletmelerin sahip olduğu kurumsal kaynaklar ve rekabet üstünlüklerinin birbirleri ile olan korelasyonun incelenmesi sonucunda "Kaynak Temelli Yaklaşımlar" gelişmiş ve bilimsel çalışmalarda kullanılmaya başlanmıştır (Süslü, 2019: 72).

Günümüzün iş dünyasında bilgi temelli kaynaklar ve teknolojik destekli kaynakların gelişmesi ile birlikte hızla değişen endüstri veya sektör ortamı, işletmelerin sahip olduğu farklı kaynakları, temel yeterliliklerin ve dinamik yeteneklerin ön plana çıkmasını sağlamaktadır (Marangoz ve Özberk, 2020: 71). Bu doğrultuda kaynak temelli yaklaşım, işletmelerin sahip olduğu kaynaklara ve yeteneklere vurgu yapmaktadır. Bu kaynaklar ve yetenekler rekabet avantajının kazanılmasında kritik faktörlerdir. Kaynak temelli yaklaşım kapsamında işletmelerin rekabet stratejileri, iç ve dış çevre unsurları dikkate alınarak belirlenmelidir. İşletmeler dış çevrede var olan ve bundan etkilenen faktörleri (yeni rakiplerin tehdidi, tedarikçilerin ve alıcıların pazarlık gücü, ikame mal tehdidi) dikkatli bir şekilde analiz etmeli ve bu analizler sonucunda, sahip olduğu iç kaynakları ve yetenekleri en iyi şekilde kullanarak rekabetçi avantaj sağlayabileceklerini söylemek mümkündür (Özbağ, 2016: 890). Buradan hareketle kaynak temelli yaklaşım, işletmenin içi durum analizi ile endüstrinin dış durum analizini birleştiren, işletmenin sahip olduğu iç kaynaklarının önemi belirleyen ve ayrıca işletmenin temel yeteneklerini yönetmeyi

vurgulayan bir yaklaşım olduğunu söylemek mümkündür (Sönmez ve Kasımoğlu, 2014).

Kaynak temelli yaklaşım, işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajlarını nasıl elde ettiğini açıklamak için geliştirilmiştir. Bu doğrultuda bu yaklaşım, savunucuları tarafından işletmeler neden farklı olduğunu ve nasıl önemli olduğunu açıklamaya çalışmışlardır. Kaynak temelli yaklaşım stratejik yönetim literatürüne hakim olduğu kadar yönetim bilgi sistemleri literatüründe de kullanım alanı bulmuştur (Halawi, Aronson ve McCarthy, 2005: 77). Bir işletmenin kaynakları, işletmenin sahip olduğu veya kontrol ettiği ve işletmelerin değer artırıcı stratejiler tasarlamasına ve uygulamasına izin veren hem maddi hem de manevi, insan ve insan olmayan tüm varlıklardan oluşmaktadır (Halawi vd. 2005: 78).

Barney'e göre kaynaklar (1991), bir işletme tarafından kontrol edilebilen tüm varlıkları, yetenekleri, organizasyonel süreçleri, firma özelliklerini ve bilgileri içermektedir. Ayrıca bu kaynaklar işletmelere verimliliği ve etkililiği artıran stratejileri tasarlanmasına ve uygulanmasına olanak sağlamaktadır. Geleneksel stratejik analiz dilinde, işletme kaynakları, firmaların stratejilerini tasarlamak ve uygulamak için işletmelerin sahip olduğu güçlü yönlerdir. Barney işletmelerin çok sayıda kaynağa sahip olduğunu ve bu kaynakların temelde üç kategoriye ayrıldığını ifade etmiştir. Bu doğrultuda, Barney'in (1991) sınıflandırmasına göre işletme kaynakları; fiziksel kaynaklar, insan sermayesi kaynakları ve örgütsel sermaye kaynakları olmak üzere üç şekilde tanımlanmaktadır. Bu kaynakların kapsamı aşağıda kısaca özetlenmiştir (Barney, 1991: 101);

- **Fiziksel kaynaklar:** Bir işletmede kullanılan fiziksel teknolojiyi, bir işletmenin tesis ve donanımını, coğrafi konumunu ve ham maddelere erişim gibi unsurları içerir.

- **İnsan sermayesi kaynakları:** Bir işletmedeki bireysel yöneticilerin ve çalışanların eğitim düzeyini, deneyimlerini, yeteneklerini, becerilerini, paydaş ilişkilerini ve iç görüleri gibi unsurları içerir.

- **Örgütsel sermaye kaynakları:** Bir işletmenin biçimsel raporlama yapısını, planlama, kontrol ve koordinasyon sistemlerinin yanı sıra bir işletmenin iç çevresi ile dış çevresi arasındaki ilişkileri kapsamaktadır.

Bir endüstri ortamında stratejik kaynaklar tüm rakip işletmelere eşit bir şekilde dağıtıldığında, bu durumun kaynak odaklı yaklaşımın avantajını kaldırmakta ve genel olarak sürdürülebilir rekabet avantajının ortaya çıkmasına engel olmaktadır (Barney, 1991: 103). Bu durum, kaynak temelli yaklaşımın iki varsayım altında incelenebileceği sonucunu doğurmaktadır. Bu varsayımlar; heterojen ve hareketsiz varsayım olarak iki şekilde sınıflandırılabilir. Bu varsayımlar aşağıdaki gibi ifade edilmiştir (Jurevicius, 2013):

- **Heterojen:** İşletmelerin sahip olduğu becerilerin, kabiliyetlerin ve diğer kaynakların bir işletmeden diğerine farklılık göstermesidir. İşletmeler eşit şekilde ve aynı kaynaklara sahip olsalardı, birbirleriyle rekabet etmek için farklı stratejiler uygulayamazlardı. Bir işletmenin yapacağı stratejiyi diğeri takip edebilir ve hiçbir rekabet avantajı elde edilemezdi. Bu nedenle bu varsayıma göre, kaynak temelli yaklaşım, işletmelerin farklı kaynak türlerini kullanması rekabet avantajı elde etmelerini sağlayacaktır.

- **Hareketsiz varsayım:** Kaynakların hareketli olmadığı ve işletmeden işletmeye (örneğin, çalışan hareketliliği) taşınmamasıdır. Bu varsayıma göre, işletmeler rakip kuruluşların kaynaklarını hızlı bir şekilde kopyalayamaz ve dolayısıyla aynı stratejileri uygulayamazlar. Marka değeri, süreçler, bilgi veya fikri mülkiyet gibi maddi olmayan kaynaklar genellikle bu varsayım kapsamında değerlendirilir.

Barney (1991) bir işletmenin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanabilmesi için kaynakların bazı özelliklere sahip olması gerektiğini belirtmiştir. Bu özellikler (Joyce ve Winch, 2004: 42);

- İşletmeler çevresindeki fırsatları değerlendirmeli veya tehditleri etkisiz hale getirmesi açısından *değerli* olmalıdır,
- Bir işletme mevcut ve potansiyel rakipler arasında *nadir* olmalıdır,
- Kusursuz bir şekilde taklit edilemez olmalıdır,
- İkame edilemez olmalıdır.

Bu özelliklere sahip işletme kaynakları, rekabet avantajı sağlayacak stratejilerin tasarlanmasında ve uygulanmasında kritik bir öneme sahiptir. Barney'e

göre bu özelliklere sahip işletme kaynakları, sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde edebilir ve mal veya hizmetlerde yenilikler yaparak sektörde rakiplerinin öne geçebilir (Joyce ve Winch, 2004: 42).



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. FİNANSAL PERFORMANS

Kurumsal yönetim doğrultusunda bir işletmenin riskini yönetmek, minimize etmek ve karlılığını artırmak, alınacak olan iyi kararların esasını oluşturmaktadır. Yönetim kademelerinin zamanında karar alabilmesi doğru bilginin ve sektörün doğru analiz edilmesinden geçmektedir. Zamanında alınan bilgilerin tam ve doğru bir şekilde sentezlenmesi, işletmelerin sektör içindeki konumunu güçlendirecek ve ayrıca önemli avantajlar sağlayacaktır (Naz, Ijaz ve Naqvi, 2016: 82). Bu amaçla, küresel iş dünyasında rekabet edebilirlik gücü kazanabilmek için finansal kaynaklar ve bu kaynakların yarattığı performans işletmeler için son derece önemli ve hayati bir unsurdur. Çünkü işletmelerde yatırım, iş süreçleri, organizasyon alt yapısını geliştirmek veya iyileştirmek gibi tüm karar verme süreçleri finansal kaynakların gücüne ve etkisine bağlıdır. Finansal performans, bir işletmenin değer üretmek için kullandığı finansal kaynaklarını veya diğer varlıklarını ne kadar verimli ve etkin kullandığını gösteren bir ölçüdür. Buradan hareketle, finansal performans, işletmelerin ekonomik olarak amaçlarına ve hedeflerine ulaşarak ulaşmadığını ortaya koyan ve işletmenin sürdürülebilir bir başarıya ulaşmasına olanak sağlayan anahtar bir faktördür.

Bu bölümde öncelikle finansal performans kavramıyla ilgili gerekli açıklamalar ve tanımlamalara yer verilecek, finansal performansı etkileyen iç ve dış faktörlere değinilecek ve daha sonra finansal performans ölçüm yöntemlerinden bahsedilecektir. Ayrıca ölçüm yöntemleri kapsamında yer alan ölçme teknikleri ve bu ölçüm teknikleriyle ilgili bilgilere yer verilecektir.

4.1.Finansal Performans Kavramı ve Tanımı

Performans, günümüzün ekonomik koşullarında meydana gelen hızlı değişimler, şiddetli rekabet ve küreselleşmeyle şekillenen anahtar bir kavramdır. Örgütsel açıdan performans, tüm paydaş gruplarını kapsayan çok yönlü bir olgudur ve

aynı zamanda uzun vadeli stratejileri kontrol etmek ve uygulamak için temel bir ölçüdür (Vintila ve Nenu, 2015: 732).

Finans açısından performans kavramı, işletme iş süreçlerinin, politikalarının, faaliyetlerinin ve bu faaliyetlerin sonuçlarının mali açıdan ölçümlerini ifade eder. Bir işletmenin başarısını, uyumluluğunu ve mali durumunu kontrol etmek için kullanılan bir kavramdır. Finansal performans, bir işletmenin belirli bir süre boyunca finansal yeterliliğinin ölçüldüğü bir derecedir. Diğer bir deyişle, işletmelerin, cari ve duran varlıkları, finansmanı, öz kaynağı, gelirleri ve giderlerini yöneterek hissedarlarına daha yüksek satış, karlılık ve bir ticari işletme değeri yaratmak için kullanılan bir finansal eylemdir. Finansal performansın temel amacı, hissedarlara ve paydaşlara karar vermede yardımcı olmak ve onlara eksiksiz bilgi sağlamaktır. Ayrıca bu kavram, aynı sektördeki benzer işletmeleri veya kuruluşları değerlendirmek ve bu işletmelerin karşılaştırılmasını sağlamak için de kullanılmaktadır (Naz vd. 2016: 82).

Finansal performans, temel olarak sektördeki faaliyetlerin sonuçlarını ve belirli bir zaman diliminde sektör içinde bulunduğu genel mali durumunu gösteren sonuçlardır. Bir işletmenin veya kuruluşun, hissedarlarının servetini ve karlılığını maksimize etmek için kaynaklarını ne kadar iyi kullandığını gösterir (Naz vd. 2016: 81). Buradan hareketle finansal performans, belirli bir zaman diliminde ortaya çıkan mal veya hizmetlerin üretkenlik ve verimlilik düzeylerini ifade eden bir kavramdır. Ayrıca finansal performans, işletmelerde çalışanların verimliliğini ve üretkenliğini belirleyen, işletmelerin beklenen hedeflere ve verimliliğe ulaşp ulaşmadığını ortaya koyan bir ölçüm kavramıdır (Cengiz, 2020: 76).

Finansal performans, yalnızca bir işletmenin piyasa değerinin ölçülmesinde veya bu değeri artırma işlevini yerine getirmekle kalmamaktadır. Aynı zamanda bir sektörün veya endüstrinin doğrudan gelişimini sağlayan finansal kalkınmanın motoru olarak işlev görür (Khan, Nouman, Teng, Khan ve Jadoon, 2015: 3295).

Finansal performans, yatırımcılar, paydaşlar ve genel olarak ekonomi için hayati bir önem taşımaktadır. Yatırımcılar için yatırımlarının getirisi çok değerlidir ve iyi performans gösteren bir işletme yatırımcıları için yüksek ve uzun vadeli getiri sağlayabilir. Ayrıca bir işletmenin finansal karlılığı, çalışan gelirlerinin artmasına, müşterilerin daha kaliteli ürünlere ve daha çevre dostu üretim birimlerine sahip

olmasına olanak sağlayacaktır. Ayrıca, daha fazla kar, gelecekte daha fazla yatırım anlamına gelecektir, bu da istihdam fırsatları yaratacak ve insanların gelirini artıracaktır. Dolayısıyla etkin ve verimli bir finansal performans ulusal bir ekonominin gelişimi için son derece önemli ve üzerinde hassasiyetle durulması gereken anahtar bir kavram olduğunu söylemek mümkündür (Mirza ve Javed, 2013: 43).

4.2. Finansal Performansı Etkileyen Faktörler

Günümüzde aynı sektörde veya endüstride faaliyette bulunan işletmelerin finansal performans durumlarının değişkenlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Bu işletmelerden bazıları finansal açıdan güçlü bir durumdayken bazıları ise finansal açıdan oldukça zayıf bir durumdadır. Sektör içinde oluşan bu düzensiz durum beraberinde bazı açıklamaları da getirmektedir. Örneğin, bazı işletme yöneticileri finansal düzensizliğin nedeninin, yönetsel kapasitelerinin yetersizliği doğrultusunda iç faktörlerden kaynaklandığını belirtirken, başka yöneticilerin ise bu düzensizliklerin nedeninin, işletmelerin kontrolünde olmayan, işletme yöneticilerinin müdahale şansının bulunmadığı dış faktörlerden kaynaklandığını belirtmektedirler (Tarcan, 2006: 8).

Bu doğrultuda işletmelerin finansal performansları, hükümetin uyguladıkları politikalardan işletmelerin yönetim anlayışlarına, organizasyon sisteminin yapısından iş gücü ve girdi maliyetlerine kadar birçok faktörden etkilenmektedir. Bunlar işletmelerin iç ortamından ve dış ortamından kaynaklana faktörler olmak üzere iki grupta incelenmek mümkündür.

4.2.1. İç Faktörler

Hissedarların servetini en üst düzeye çıkarmak, faaliyetlerini sürdürmek ve gelecekte daha fazla üretmek veya büyümek için yeterli kar elde etmek işletmelerin temel hedefleri arasında yer almaktadır. İşletmelerin temel hedeflerini gerçekleştirebilmesi organizasyon içindeki bazı faktörlere veya unsurlara bağlıdır (Mirza ve Javed, 2013: 44). Finansal performansı etkileyen bu faktörlerin veya unsurların bazıları işletme yönetimi ve kontrolü altında bulunmaktadır. İşletme yöneticilerin müdahale edebilme şanslarının olduğu ve kontrol altında tutabildiği bu faktörlere “*iç faktörler*” demek mümkündür. İç faktörler, finansal performansın

önemli belirleyicileri olan işletmelere özgü faktörlerdir. Finansal performansı etkileyen bazı işletme içi kaynaklar aşağıdaki gibi özetleyebiliriz (Mirza ve Javed, 2013: 45).

- **Sahiplik Yapısı:** İşletmelerde sahiplik yapısı, işletmelerin sahipler veya yöneticiler tarafından kontrol edilebilme yapısına dayanmaktadır. Bu doğrultuda sahiplik yapısı, sahipleri tarafından yönetilen veya kontrol edilen işletmeler ve profesyonel yöneticiler tarafından yönetilen veya kontrol edilen işletmeler olmak üzere iki şekilde ifade edildiğini söylemek mümkündür. İşletme yönetiminin profesyonel yöneticilere bırakılması vekâlet sorunun ortaya çıkmasına neden olabilir. Vekâlet sorunu, yöneticilerin (vekilin), sahip ve hissedarların çıkarlarına hiç dikkat etmeden kendi çıkarlarına göre hareket etmeleri sonucu ortaya çıkan bir sorundur (Jensen ve Meckling, 1976: 309). Vekâlet sorununu azaltmak ve işletme sahibi ve hissedarların servetini artırmak için, işletmelerin vekâlet masrafları adı verilen ek masraflara katlanması gerekir. Bu masraflar, yönetici eylemlerini izleme maliyetidir ve yöneticilerin dürüst olmayan eylemlerde bulunmamasını sağlar. Vekâlet sorunlarını ve maliyetlerini azaltmak finansal performansın iyileşmesini sağlayacaktır (Herlambang, Murhadi ve Andriani, 2020: 110). Bu doğrultuda işletme sahipliğinin doğası, finansal hedefler üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür.

- **Kurumsal Yönetim:** Bir işletmenin hedeflerini nasıl belirlediğini, hangi stratejiler ve planlar geliştirdiğini, performansını izleyen raporların neler olduğunu ve riskini nasıl yönettiğini belirleyen yapılar ve davranışlardır. Belirli işletme politikaları ve stratejileri, işletmelerin performansı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

- **İşletme Büyüklüğü:** Genel olarak işletme büyüklükleri, sahip oldukları kapasite ilişkilidir. İşletmelerin sahip oldukları kapasite kapsamında, çalışan sayısı, toplam varlıkları, toplam yatırımlar, hissedar sayısı ve hukuki yapılar gibi unsurlardan oluşmaktadır. Lin ve Fu (2017), Mishra ve Kapil (2017) ile Ping ve Hsien'in (2009) çalışmaları, şirket büyüklüğünün şirketin finansal performansı üzerinde önemli bir olumsuz etkiye sahip olduğu sunucunu ortaya çıkarmıştır. Çünkü işletme ne kadar büyükse vekâlet sorunları o kadar fazla olacaktır. Bununla birlikte, Bharbra (2007), bu sonuçların aksine, büyük işletmelerin daha iyi ölçek ekonomilerine sahip olması

nedeniyle, şirket büyüklüğünün şirketlerin finansal performansı üzerinde önemli bir olumlu etkiye sahip olduğunu belirtmiştir (Herlambang vd. 2020: 111).

- **Sermaye Yapısı:** İşletme faaliyetlerinde ve yatırımlarında kullanılan finansman kaynakları sermaye yapısını ifade eder. Teorik yaklaşımlarda sermaye yapısı, borç ve öz kaynak şeklinde bileşenlere ayrılmaktadır. İşletmeler tarafından alınan sermaye yapısı kararları, işletmelerin faaliyetlerini düzenli ve sağlıklı bir şekilde yürütebilmesi için büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla, düşük maliyeti olan ve faydası yüksek sermaye yapısı kararları işletmelerin finansal performansları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür (Akpınar O., 2016: 291).

- **Risk Yönetimi:** Risk, beklenmedik durumlarda ortaya çıkan ve işletmelerin bu durumlarla karşı karşıya kalma olasılığını ifade eden bir kavramdır. İşletmelerin etkin risk yönetimi uygulamaları, işletmelerin oluşabilecek tehditlerden korunmasını sağlayacak, hem de çıkan fırsatları olumlu bir şekilde değerlendirerek önemli kazançları elde edilmesini sağlayacaktır (Ertan, Arsoy ve Kılınçarslan, 2017: 140). Bu durumda, bir işletmenin risk yönetimi ile performansı arasında yakın bir ilişkinin varlığından bahsetmek mümkündür (Mirza ve Javed, 2013: 46).

4.2.2. Dış Faktörler

İş dünyasında gün geçtikçe yaşanan yoğun rekabet ortamı işletmelerin sadece iç faktörleri değil, aynı zamanda dış faktörlerinde dikkate alınması gerekliliğini doğurmuştur. İşletme dışı faktörlerin dikkate alınması, işletmelerin alacakları finansman ve yatırım kararlarını doğrudan etkileme gücüne sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Dış faktörler, işletme dışında meydana gelen, işletmelerin herhangi bir şekilde müdahale şansının bulunmadığı ve kontrol edemediği, ulusal veya uluslararası ekonomik ortamda ortaya çıkan faktörlerdir (Yıldırım, 2013: 379). İşletme finansal performansını etkileyen başlıca dış faktörler aşağıda kısaca özetlenmiştir.

Genel Ekonomik Durum: Ülkenin genel ekonomik durumu, bir işletmenin faaliyette bulunduğu endüstrideki performansını etkileyebilir. Yüksek borçlanma maliyetleri, yüksek enflasyon oranı, yüksek faiz ve döviz kurunda meydana gelen ani dalgalanmalar bir işletmenin finansman yaratma ve projelere yatırım yapma

kabiliyetini olumsuz etkileyebilir. Ayrıca kamu hizmetleri fiyatlarında artış, ithalat maliyetlerinden kaynaklanan tesis ve makinelerle ilişkili yüksek maliyetler, düşük gelir düzeyi, endüstriyel ürünlere olan talebi azaltabilir ve dolayısıyla işletmelerin performansını olumsuz etkileyebilir (Mirza ve Javed, 2013: 44).

Küreselleşme: Küreselleşme, dünyada ekonomik sınırların ortadan kalktığı, uluslararası değişikliklerin meydana geldiği ve ulusal sınırlar dışında işletmeler arası ilişkilerin arttığını ifade eden bir kavramdır. Ayrıca sermayenin dünya çapında hareketliliğini, uluslararası ortaklıkların oluşumunu, değişen işletmelerin sahiplik yapıları ve stratejik iş birliklerini ifade etmektedir. Uluslararası alanda yaşanan hızlı gelişmeler ve değişimler, işletmeleri önemli ölçüde etkilemektedir. Küreselleşme sonucunda yaşanan değişimlere ve koşullara işletmeler kendilerini ne kadar iyi adapte ederlerse, aynı derecede rekabet edebilme gücüne ve bunun sonucunda hayatta kalabilme olanağına sahip olacaklardır (Aksu, 2000: 270-271).

İşgücü Maliyetleri: Şüphesiz işletmelerin başarılı olmak için güçlü ve rekabetçi insan kaynağına ihtiyaçları vardır. Büyük, orta veya küçük işletmelerin başarısı sahip oldukları insan kaynağının kalitesine ve değerine bağlıdır. Hemen hemen tüm ekonomik sektörlerde başarılı kuruluşları rakiplerinden ayıran en önemli özellik, elde edebildikleri ve elde tutabildikleri beşerî sermayenin kalitesidir. Son yıllarda özellikle bilgi çağına geçişte bilgiye ulaşma gerçekten de güç haline gelmiştir. İşletmeler çalışanlarının bilgi ve zekâsını pazarda etkin bir şekilde rekabet edebilmek için bir rekabet avantajı olarak görmektedirler. Bu nedenle, çalışanların eğitimi ve gelişimi için harcanan para genellikle işletmelerin yapabileceği kritik yatırımlardan biri olarak görülmektedir (Omodero, Alpheaus ve Ihendinihu, 2016: 14-15). Bu açıdan bakıldığında işletme maliyetlerinin büyük bir kısmını işgücü maliyetlerinin oluşturduğunu söylemek mümkündür. İşgücü maliyetlerinin artması işletmelerde kâr oranının azalmasına ve finansal performans üzerinde azaltıcı bir etkiye sahiptir (Çam, 2008: 61-62).

Demografik Faktörler: Demografik faktörler, nüfus büyüklüğü, nüfus yoğunluğu, yaş, din, ırk, cinsiyet ve benzeri istatistiksel özellikleri taşıyan çeşitli sosyoekonomik değişkenlerden oluşur. Hükümetler, işletmeler ve sivil toplum kuruluşları, politika geliştirme ve ekonomik pazar araştırması dâhil olmak üzere daha

fazla bilgi edinmek için demografik yapı değişkenlerini kullanır. Demografik veriler, şirketlerin tüketicilere nasıl pazarlama yapacaklarını anlamaları ve tüketici talebindeki değişiklikler için stratejik olarak planlama yapmaları için oldukça önemlidir. İşletmeler faaliyette bulunduğu bölgenin demografik özelliklerini bilmesi, işletme yöneticilerine hangi mal veya hizmetlere ihtiyaç duyulduğunu ve bu mal veya hizmetler doğrultusunda üretim kapasitelerinin artırılması veya düşürülmesi hakkında karar almasına yardımcı olur (Tarcın, 2006: 30).

4.3.Finansal Performans Ölçüm Yöntemleri

İşletmelerin faaliyetlerine düzenli ve sağlıklı bir biçimde devam etmesi, planlama, koordinasyon, kontrol ve karar alma gibi işlevlerinin yerine getirilebilmesi için sürekli olarak finansal performansı değerlendirmeli ve geliştirmelidirler (Kurt, 2020: 69). Finansal ölçüm yöntemleri, geçmişte yapılan organizasyonel çalışmaların ölçülebilir sonuçlarını ve bu sonuçların işletmelerin mevcut durumu ile karşılaştırmak için etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Finansal göstergeler, girdileri çıktılara dönüştürme sürecinin etkinliğini ölçmek için kullanılan sayısal değerlerdir (Yıldız B., 2013: 56). Bu açıdan bakıldığında, işletme yöneticileri, işletmenin finansal performansını değerlendirmek için çeşitli ölçüm yöntemlerini kullanırlar. Bu ölçüm yöntemleri, işletmenin finansal durumunu ve faaliyetlerin sonuçlarını değerlendirerek etkin ve verimli olmayan yönleri tespit edebilir ve gerekli değişiklikler için uygulamalar geliştirebilirler (Erdoğan, 2020: 27). Ayrıca finansal performansın ölçülmesinde kullanılan farklı ölçüm göstergeleri, işletme yöneticilerine, kârlılık verimlilik, maliyet, fiyatlandırma, bütçe planlama ve kontrol yönetimi gibi konulara yönelik doğru, tam, anlaşılır ve tutarlı kararların alınmasında yardımcı olmaktadır (Cengiz, 2020: 76). Bu açıdan bakıldığında, finansal performansın ölçülmesi ve yapılan ölçümler doğrultusunda işletmenin durum analizinin değerlendirilmesi işletme yöneticilerinin önemli görev ve sorumlulukları arasında yer aldığını söylemek mümkündür. İşletme yöneticilerinin bu önemli görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesi için, hangi verilerin işletmenin performansını doğru bir şekilde yansıtacağını, doğru verilerin nasıl toplanacağını ve toplanan verilerin nasıl değerlendirileceğinin bilinmesi gerekir (Acar M., 2003: 21-22).

Bir işletmenin hayatta kalması, gelişmesi ve varlığını devam ettirebilmesi faaliyette bulunduğu alandaki rakipleriyle başa çıkma yeteneğine, yani rekabet gücüne bağlıdır. Bir firmanın rekabet gücünün iyi bir şekilde belirlenmesi için ilgili işletmenin finansal performansının değerlendirilmesi ve analiz edilmesi gerekmektedir (Acar M., 2003: 21). Bu çerçevede, finansal performans değerlendirme yöntemleri, bir işletmenin performansını belirleyebilir verimliliğini ve üretkenliğini artırabilir ve rakip sektörler veya endüstriler ile karşılaştırma olanağı sağlayabilir. Bu ölçüm yöntemlerin başarıyla uygulanabilmesi için belirli koşulların sağlanması gerekir. Bu koşullar (Cengiz, 2020: 76):

- Bilgilendirici, açık ve net olmalıdır,
- Güncel ve kapsayıcı nitelikte olmalıdır,
- Anlaşılabilir, doğru ve tutarlı olmalıdır,
- Faydalı ve gelişme sağlayıcı nitelikte olmalıdır,
- Uygun ve uyumlu olmalıdır.

Performans ölçümü yapısı gereği değişkenlik göstermekle birlikte muhasebe, ekonomi, yönetim, finans ve pazarlama gibi birçok disiplinin araştırma alanına dâhil edilmiştir. Bu nedenle, çeşitli yaklaşımlarla performans ölçümü ifade edilmiş ve her farklı yaklaşımın performans ölçümüne farklı bir katkı sağladığını söylemek mümkündür (Kurt, 2020: 69). Bu açıklama doğrultusunda performans ölçümünde farklı teknikler kullanıldığı kadar, zamanla, finansal performans ölçmek için de birçok farklı teknik ortaya çıkmış ve kullanılmıştır. Ölçüm tekniklerinin sayısındaki artış, bu tekniklerin hesaplanmasını ve kullanımındaki farklılıkları beraberinde getirmiştir. Bu nedenle, oluşan bu farklılaşmaya bağlı olarak finansal performans ölçümü, genel olarak geleneksel ve modern finansal performans ölçüm teknikleri olmak üzere iki farklı şekilde sınıflandırılmıştır (Akyüz ve Yangibayev, 2020: 48). Geleneksel ölçümler, muhasebe ve piyasa temelli ölçütler olarak tanımlanırken, modern ölçümler ise değer temelli ölçütler olarak tanımlanmaktadır (Şenol ve Ulutaş, 2018: 84). Bu ölçüm yöntemlerine ek olarak literatürde algısal (anket yoluyla) kriterlere göre ölçüm yöntemlerinin de kullanıldığını söylemek mümkündür (Pala, 2020: 53).

Finansal performansın ölçümünde kullanılan yöntemlere ilişkin açıklamalar ve tanımlamalar aşağıda detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

4.3.1. Geleneksel (Muhasebe ve Piyasa Temelli) Finansal Performans Ölçüm Yöntemleri

İşletmelerin performans değerlendirme yöntemleri, en az üç farklı alanı (muhasabe, yönetim ve ekonomi) ele alan bir konu olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle, bir işletme için uygun performans standartlarının seçilmesi ve uygun bir performans yönetim sisteminin tasarlanması karmaşık bir süreç oluşturmaktadır (Tangen, 2004: 735). Geleneksel performans (muhasabe ve piyasa temelli) göstergeleri, kullanıcılar için bu karmaşık süreci basitleştirip kolay bir hale getirmektedir. Bu nedenle, bu ölçümler şu anda kullanımda olan en yaygın performans ölçüm araçları olduğunu söylemek mümkündür. Geleneksel performans göstergelerinin temel amacı, işletmede operasyonel kontrolü sağlamak ve çok sayıda işletme paydaşına harici finansal raporlar sağlamaktır. Bu doğrultuda, geleneksel performans ölçütleri finans ve yönetim muhasebesi sistemlerine dayanmaktadır. Muhasebe ve piyasa temelli ölçüm yöntemlerinin sağladığı bilgilere dayanarak, finansal performans ölçütleri iş paydaşları arasında ve işletme yöneticilerine karar destek araçları olarak kullanılmaktadır (Cavlak, 2019: 61).

Muhasebe ve piyasa temelli finansal performans ölçüm yöntemleri zamanla oluşan işletme davranışlarını anlık olarak değerlendirmek ve karşılaştırmak için tasarlanmışlardır. Bu ölçüm yöntemleri işletme içerisindeki çalışanlara yönelik kararlarla ilgili bilgileri içermeyecek şekilde tasarlanmışlardır. Muhasebe ve piyasa temelli ölçüm yöntemleri geleneksel olarak elde edilen finansal bilgileri kullanarak gerekli değerlendirmelerin yapılmasını sağlamaktadır. Bu ölçüm yöntemlerine gelen eleştirilerin başında, kullanılan bilgilerin maliyet esaslı olarak hesaplandığı için müşteri memnuniyeti ve çalışan ilişkileri gibi önemli konuları göz ardı etmektedir. Göz ardı edilen bu ilişkiler organizasyon içindeki sistemlerin ve süreçlerin etkinliğine ve verimliliğine yönelik çok az bilgi sağladığını söylemek mümkündür. Bu doğrultuda genel olarak finansal bilgilere dayalı geleneksel finansal performans ölçüm yöntemleri, bir işletmedeki performansın sadece bir boyutunu kapsadığını söyleyebiliriz (Atkinson, Waterhouse ve Wells, 1997: 25-26; Elitaş ve Ağca, 2006: 359).

İşletmelerin belirlenen vizyon doğrultusunda organizasyonel amaçlara ulaşım ulaşılamadığı ve gerçekleştirdikleri faaliyetler neticesinde ekonomik karşılıkların alınıp

alınmadığı muhasebe ve piyasa temelli finansal ölçütler vasıtasıyla elde edilmektedir. Bu finansal ölçüm yöntemleri sonucunda elde edilen bilgilere finansal tablolar aracılığı ile erişilmektedir. Finansal tablolar, işletmelerin mevcut güncel durumları ile geçmişteki finansal durumlarını karşılaştırma olanağı sağlamaktadır. Geleneksel ölçüm yöntemlerinde kullanılan finansal oranlar, ekonomik etkinliklerin belirlenmesinde ve bu doğrultuda kararlar alınmasında başvuru en temel bilgi kaynaklarıdır (Böyükaslan, 2018: 85).

Geleneksel finansal performans ölçüm yöntemleri, finansal tablolar üzerinden (gelir tablosu, bilanço ve nakit akış tablosu, vb.) finansal oranlar yardımı ile yapılmaktadır. Geçmişten günümüze kadar gelen işletmeler tarafından sıklıkla kullanılan geleneksel finansal performans ölçütlerine dair örnekler aşağıda Tablo 4.1’de özet olarak verilmiştir.

Tablo 4. 1. Geleneksel Finansal Performans Ölçüm Yöntemleri

Finansal Tablolar Analizi	Fiyat/Kazanç Oranı	Hisse Başına Kazanç
Net Kâr Marjı	Piyasa/Defter Değeri Oranı	Artık Kâr
Aktif Kârlılığı (ROA)	Özkaynak Kârlılığı (ROE)	Yatırım Kârlılığı (ROI)
Piyasa Değeri/ Varlıkların Yenileme Maliyeti (Tobin Q Oranı)	Toplam Hissedar Getirisi	Yatırılmış Sermaye Kârlılığı
Nakit Akış Yatırım Kârlılığı	DuPont Analizi	Kullanılan Sermaye Kârlılığı

Kaynak: Cavlak, 2019: 62.

4.3.2. Değere Dayalı Finansal Performans Ölçüm Yöntemleri

Muhasebe ve piyasa temelli geleneksel performans göstergeleri 1900’lerde ortaya çıkmış ve o zamandan beri bu göstergeler işletmelerin finansal performansını ölçmek için günümüze kadar çeşitli şekillerde kullanılarak gelmiştir. Fakat, işletmeler hissedar değerini uzun vadeli hedeflerinin merkezine koymaya başladıklarında,

muhasabe ve piyasa temelli ölçümlerin bir işletmenin finansal performansını ölçmek için yeterli olmadığı kanaatine varılmıştır. İşletme yöneticileri, hem işletmelerin hemde pay sahiplerinin ekonomik değerlerini ve karlılıklarını daha iyi yansıtan yeni bir ekonomik çerçevenin uygulanma zamanının geldiğinin farkına varmışlardır. Sermaye piyasalarında artan verimlilik, işletmelerin sermaye dağılımlarını daha etkin bir şekilde yönetme ihtiyacını doğurmuştur. Bu nedenle, yöneticilerin fırsatları ve tehditleri daha iyi anlamalarına ve değerlendirmelerine yardımcı olan değer temelli bir yönetim çerçevesinin gelişmesine zemin hazırlanmıştır. Bu doğrultuda, performans hesaplamalarında finansman risklerini ve getirileri içeren, özkaynakların ve borçların bir maliyetinin olduğunu açıkça ifade eden değer temelli ölçütler geliştirilmiştir (Başaran ve Şahin, 2018: 31).

Küreselleşmenin ve bilgiye dayalı ekonomilerin etkilerinin giderek daha fazla artması, değer yaratmanın artan rekabet koşullarında işletmeler için stratejik bir faktör olduğunun farkına varılmasını sağlamıştır (Öztürk ve Şahin, 2013: 7). Dolayısıyla bu durum, işletmelerin değerini artırmaya yönelik olarak değere dayalı bir yönetim sürecinin gelişmesine olanak sağlamıştır. Değer temelli yönetim sistemleri, işletmelerin stratejilerini, organizasyon yapısını, iş süreçlerini ve yöntemlerini belirler ve işletme performansını değerlendirmek için hangi yöntemlerin kullanılacağını belirlemeye yardımcı olmaktadır. Değer ve değere dayalı kavramların artmasıyla birlikte, geleneksel muhasabe tabanlı performans ölçüm ve kontrol yöntemlerinin yanı sıra, değere dayalı ölçüm yöntemlerine olan ilgi ve talepte giderek artmıştır (Öztürk, 2004: 351).

Pay sahiplerinin menfaatlerini gerçekleştirmek için değer esaslı yönetim yöntemleri geliştirmek ve işletmelerin değerini maksimize etmek, günümüzde işletmelerin en önemli hedefi haline gelmiştir. Bu anlayıştan hareketle değer esaslı ölçütler işletmeleri değerlendirmede ve finansal performans ölçümlerinde kullanılmaya başlanmıştır. Finansal danışmanlık şirketleri ve daha sonra akademisyenler tarafından geliştirilen bu ölçüt ve yöntemlerin bazıları tamamen yenidir, bazıları ise temeli finans literatüründe bulunan teorilere dayanmaktadır (Koyuncu, 2010: 44). Değere dayalı finansal performans ölçümlerinin en önemli özelliği hissedarlara yönelik olmalarıdır. Buradan hareketle değere dayalı finansal performans ölçüm yöntemleri, sadece işletmenin karlılığına odaklanmamaktadır, aynı

zamanda hissedarların sahip olacağı getiriye de odaklanmaktadır ve işletme başarısını, artan karlılığın yanı sıra pay sahiplerinin refahına kattığı gelirle de ölçmektedir (Çanakçıoğlu ve Demirbaş, 2009: 218).

Değere dayalı finansal performans ölçüm yöntemleri, geleneksel finansal performans ölçüm yöntemlerinin sermaye maliyetini göz ardı ettiği için geleneksel ölçüm yöntemlerine eleştirel bir yaklaşımla ortaya çıkmıştır. Bu ölçüm yöntemleri risk faktörünü ve sermaye maliyetini birlikte ele aldığı için tam ve doğru sonuçlara ulaşıldığı söylenebilir. Bu alan ile ilgili literatür incelendiğinde, değer bazlı finansal performans ölçüm yöntemleri arasında genellikle; ekonomik katma değer, nakit katma değer, hissedar katma değeri ve piyasa katma değeri ölçüm yöntemlerinin kullanıldığını söylemek mümkündür (Cengiz, 2020: 82). Bu ölçüm yöntemlerine ait bilgiler ve açıklamalar aşağıda kısaca özetlenmiştir.

- **Ekonomik Katma Değer (Economic Value Added-EVA):** Ekonomik katma değer yöntemi, Bennett Stewart ve Joel M. Stern'in sahibi olduğu mali danışmanlık firması olan Stern ve Stewart Co. tarafından 1990 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Ekonomik Katma Değer (EVA), faaliyet performansını periyodik olarak değerlendirmek için kullanılan muhasebe tabanlı bir yöntemdir. Fakat EVA hesaplamasında muhasebe verilerine ek olarak muhasebe raporlarında yer almayan değişkenler de kullanılmaktadır. Bu yöntem, kârın hesaplanmasında sermaye maliyetini vergi sonrası net işletme karını ve karı gerçekleştirmek için gereken varlık yatırımını ve bu varlıklar üzerindeki yatırım maliyetini dikkate alarak finansal performansı ölçmektedir (Öztürk, 2004: 354).

Ekonomik katma değer ölçüm yönteminin en önemli özelliği, faaliyet sonuçları ile sermaye maliyeti arasında bir bağlantı kurmasıdır. Bu nedenle, ekonomik katma değer yönteminin temel dayanağı, başarılı bir işletmenin en azından toplam sermaye maliyeti kadar kar sağlama ilkesi oluşturmaktadır. Bu ilkeye göre, ekonomik değer yaratarak sermaye maliyetinden daha fazla kar elde eden işletmeler, pay sahiplerine fayda sağlamakta ve servetlerinin artırmaktadırlar (Akbaş, 2011: 118).

- **Nakit Katma Değer (Cash Value Added-CVA):** Nakit katma değer, artık kar bakış açısı doğrultusunda, nakit akışına dayalı bir başka finansal performans ölçüsüdür. Ekonomik katma değer, gelire dayalı bir yöntemken, nakit katma değer ise,

kontrol ve karar alma sürecinin başından sonuna kadar ana girdi olan nakit akışına dayalı bir yöntemdir. Nakit katma değer, işletme yönetimine güvenli, kesin ve etkin bir kontrol yöntemi sağlar. Ayrıca stratejik karar verme ile ekonomik çıktı arasında mantıksal bir ilişki kurarak işletme içi ekonomik ve finansal ilişkiyi artırır.

Bu yöntemde işletmeler tarafından yapılan yatırımlar, stratejik yatırım ve stratejik olmayan yatırım olmak üzere ikiye ayrılır. Stratejik yatırımlar, hissedar değerinde doğrudan artışa yol açan yatırımlardır. Stratejik olmayan yatırımlar, stratejik yatırımların yarattığı değeri korumaya ve sürdürmeye odaklanan birçok yatırımı içerir. Bir yatırımın yarattığı nakit çıkışı değer yaratma veya yaratılan değeri artırma kabiliyetine sahipse, nakit çıkışı gerektiren yatırıma stratejik yatırım olarak ifade edilir. Örneğin, işletmelerin günlük faaliyetlerini sürdürmek ve kısa vadeli yükümlülüklerini yerine getirmek için ihtiyaç duyduğu işletme sermayesine ek olarak, üretim için kullanılabilecek maddi duran varlıklara ve üretime yardımcı olacak maddi olmayan duran varlıklara da yatırım yapılabilir. Bu doğrultuda patentler, telif hakları, ticari sırlar ve know-how gibi maddi olmayan duran varlıklar rakiplere üstünlük sağlayan ve işletmelere rekabet avantajı sağlayan stratejik yatırımlar olarak değerlendirilebilir (Kırlı, Kuğu ve Kara, 2013:103).

- **Hissedar Katma Değeri (Shareholder Value Added-SVA):** Hissedar katma değeri, Dr. Alfred Rappaport ve LEK / Alcar Danışmanlık firması tarafından 1986 yılında geliştirilmiş bir kavramdır. Hissedar değeri kültürü, özellikle finansal piyasalarda oluşan küreselleşme, yatırım ve tasarruf davranışlarında meydana gelen değişiklikler ve internet başta olmak üzere bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte yaygınlaşmaya başlamıştır. (Başaran ve Şahin, 2018: 32). Alfred Rappaport 1986'da yazdığı kitapta bu yöntemin amacının, gelecekteki nakit akım tahminlerinin sürekli olarak iskonto edilmesi ve bu tahminlere dayanarak şirketin değerinin hesaplanması olarak ifade etmiştir (Koyuncu, 2010: 49).

Son yıllarda yöneticiler, hissedar değeri yaratmanın önemini herhangi bir ticari faaliyetin hedefi olarak kabul etmiş ve işletmenin hissedar değeri yaratma kabiliyeti, yönetim ve iş performansının ana göstergesi olarak kabul edilmiştir. Hissedarların toplam getirisi, hissedar değeri ölçütlerinden biridir ve hissedarların elde ettiği getirilerin doğrudan bir göstergesidir (Başaran ve Şahin, 2018: 33). Bazı değer

yatırımcıları, SVA'yı işletmenin karlılığını ve yönetim etkinliğini değerlendirmek için bir araç olarak kullanır. Bu anlayış, bir işletmenin en önemli düşüncesinin hissedarları için ekonomik değeri en üst düzeye çıkarmak olduğunu varsayan değere dayalı yönetim anlayışı ile uyumluluk gösterdiğini söylemek mümkündür.

- **Piyasa Katma Değeri (Market Value Added-MVA):** Ekonomik Katma Değer'in performans değerlemesinde kullanımının yaygınlaşması ile işletmeler katma değer yaratan ve katma değer yaratmayan faaliyetlerini ayırmaya özen göstermeye başlamışlardır. Katma değeri olmayan faaliyetleri işletme ve yönetim sürecinden çıkararak, sermayenin daha etkin kullanılması ana hedef haline gelmiştir. Bu şekilde finansal performansın iyileştirilmesi ile şirketin piyasa değerinin artacağı öngörülmüştür. Bu arayışların sonunda ise Piyasa Katma Değeri (MVA) ortaya çıkmaya başlamış ve işletmelerde performans ölçüm yöntemi olarak kullanılmaya başlamıştır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. LİTERATÜR TARAMASI

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramının tarihsel sürecine bakıldığında, KSS araştırmacılar tarafından felsefi olarak farklı tanımlamalar ile anılmış ve yoğun tartışmaların konusu olmuştur (Carroll, 1979; Freeman, 1984; Friedman, 1962). Bazıları için KSS etik davranışla ilgiliyken; bazıları için aşağı yukarı yasal bir sorumluluktur; diğerleri için ise yalnızca bir maliyet ve geriye kalanlar için ise sadece kar elde etmekle ilgilidir (Friedman, 1970). Bu tür çeşitli görüşler, KSS'nin firmaların finansal performans (FP) ile ilişkisini ifade etmeye yönelik çalışmaların sayısında önemli bir artışa yol açmıştır. Bu doğrultuda KSS ve FP arasındaki ilişkinin doğasını araştırmak için, araştırmacılar tarafından farklı araçlar kullanılmıştır. FP herhangi bir işletmenin büyümesi ve gelişmesi için zorunlu olduğundan, çeşitli araştırmacılar ve akademisyenler, her türlü KSS faaliyetinin, şirketlerin ekonomik hedeflerine katkıda bulunulabilecek temel yetkinlikleriyle uyumlu hale gelmesi gerektiğini ifade etmişlerdir (Sinha, Sachdeva ve Yadav, 2018: 176). Bu doğrultuda Drucker'ın görüşüne göre, “İş dünyası, sosyal sorumluluğunu iş sorumluluklarına, ekonomik fırsata ve faydaya, üretken kapasiteye, insan yeterliliğine, iyi ücretli işlere dönüştürmelidir” (Carroll, 1999).

KSS ve işletme değeri arasındaki ilişkinin incelenmesinde tüm yönetim teorilerinin ortak bir görüşü, kuruluşların finansal performanslarıdır. Örneğin, kaynak temelli görüş, işletme yöneticilerinin maddi olmayan kaynaklarını rekabet avantajı yaratmak için kullanmaları ve böylece karlılığını artırmaları gerektiğini kaydetmiştir. Bu görüş doğrultusunda entelektüel sermayenin etkin ve verimli kullanılması beraberinde rekabet avantajı ve finansal performansı da sağladığını söylemek mümkündür. Benzer şekilde, paydaş teorisi ve KSS teorisi, kuruluşların sosyal performansı ve paydaş yönetimini firmanın finansal performansını artırmak için bir strateji olarak nasıl kullanabileceğini açıklamıştır (Daniel, 2010: 38). Diğer yandan, revizyonist görüş olarak da bilinen paydaş teorisi, KSS'nin firmanın işlem maliyetlerini düşürdüğünü ve bunun sonucunda karlılığı artırdığını ima etmektedir (Lu

ve Taylor, 2016: 2). Bu açıklamalar doğrultusunda KSS ve firma değeri arasındaki ilişkinin incelenmesinde kullanılan çoğu yönetim teorisindeki anlayışın merkez noktası, finansal performans olduğu anlaşılmaktadır.

KSS ve FP arasındaki ilişki üzerine, literatürde araştırmacılar tarafından çok sayıda araştırma yapılmıştır. KSS ve FP arasındaki bağlantı tarafsız, olumlu veya olumsuz olabilir ancak yine de araştırmacılar arasında fikir birliği bulunmamaktadır. Yapılan araştırmaların bazıları KSS'nin FP üzerindeki etkisinin pozitif yönde olduğunu vurgularken; bazılarının negatif yönde; bazılarının ise herhangi bir etkinin veya ilişkinin olmadığını (nötr) belirtmişlerdir. KSS ve FP ilişkisi üzerine uzun zamandan beri yapılan araştırmalara rağmen, araştırmacılar sürekli olarak KSS'nin FP üzerindeki nedensel etkisini ve bunun tersini belirlemeye çalışmaktadır. Araştırmacılar tarafından yapılan çok sayıda çalışmaya rağmen, finansal performans ile KSS arasındaki ilişki tartışmalı olmaya devam etmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans, entelektüel sermaye ile finansal performans ve rekabet avantajı ile finansal performans arasındaki ilişkiyi özetleyen gerek ulusal gerekse de uluslararası alanda yapılmış teorik çalışmaların yanında ampirik çalışmalarda bulunmaktadır. Bu çalışmalarda panel veri analizinden ikili mülakat yöntemine kadar çok sayıda değişik yöntem kullanılmıştır. Bu çalışmalardan öne çıkan bazı ampirik çalışma örnekleri aşağıda başlıklar halinde yer almaktadır.

5.1.Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) ve Finansal Performans (FP) Arasındaki İlişki

Literatürde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile işletmelerin finansal performansları arasındaki ilişkiyi inceleyen ulusal ve uluslararası çok sayıda teorik ve ampirik çalışmaların var olduğunu yukarıda ifade etmiştik. Buradan hareketle, bu bölümde kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasındaki ilişkiyi özetleyen çalışmalar “Dünya’da yapılan çalışmalar” ve “Türkiye’de yapılan çalışmalar” olmak üzere iki başlık şeklinde ele alınmıştır.

5.1.1. Dünya’da Yapılan Çalışmalar

Cochran and Wood (1984) yaptıkları çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasındaki ilişkiyi, yeni bir metodoloji, geliştirilmiş teknik ve sektöre özgü kontrol grupları kullanılarak yeniden incelenmiştir. Çalışmada sonucunda, sektör grupları içinde KSS ile en güçlü şekilde ilişkilendirilen finansal değişkenin işletmelerin yaşı olduğu ve bu değişkenin ihmal edilmesinin KSS ve finansal performans arasında yapay bir korelasyona yol açtığı görülmüştür. Bu faktör kontrol edildikten sonra, kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu fakat bu ilişkin zayıf bir düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuç doğrultusunda, daha eski bir geçmişe sahip olan işletmelerin daha düşük bir kurumsal sosyal sorumluluk anlayışına sahip oldukları anlaşılmaktadır.

McWilliams ve Siegel (2000) çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans üzerinde yapılan çalışmaların kurumsal sosyal sorumluluğun (KSS) finansal performans üzerinde olumlu, olumsuz ve nötr bir etkisinin olduğunu ifade etmişlerdir. Araştırmacılar, yapılan çalışmalarda bu uyumsuzlukların eksik deneysel çalışmalardan kaynaklandığını ve yapılan çalışmalarda kontrol değişkenlerinin göz ardı edildiğini belirtmişlerdir. Bu doğrultuda araştırmacılar yaptıkları çalışmada, KSS’nin çeşitli kontrol değişkenlerini aracılığıyla finansal performans üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucu, kontrol değişkeni olarak kullanılan Ar-Ge ile KSS arasında yüksek oranda bir ilişkinin olduğunu göstermiştir. Fakat, Ar-Ge kontrol değişkeni modele dahil edildiğinde, KSS’nin finansal performans üzerinde nötr bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Mallin ve diğerleri (2014), 13 ülkedeki 90 islami bankadan oluşan bir örnekleme kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ile İslami bankalardaki finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Bu çalışmada, on boyutlu bir KSS endeksi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, KSS endeksi, İslami bankaların çeşitli sosyal faaliyetlerde yer aldığını göstermiştir. Ayrıca KSS ile finansal performans arasında pozitif bir ilişkinin varlığından bahsetmektedir.

Yukarıda verilen örnekler bu alanda yapılan çalışmaların sadece bir kaçını oluşturmaktadır. Bu çalışmaların dışında Dünya’da işletmelerin kurumsal sosyal

sorumluluk faaliyetleri ile finansal performansları arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda çalışmanın var olduğunu söylemek mümkündür. KSS ile FP arasındaki ilişkiyi inceleyen ve bu alanda literatürde sıklıkla atıfta bulunan bazı önemli çalışmalar aşağıda Tablo 5.1’de kronolojik olarak özetlenmiştir.

Tablo 5. 1. Dünya’da KSS ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yazar/ Yazarlar	Yıl	Ülke	Örneklem	Sonuç
Preston ve O'Bannon	1997	ABD	67 büyük ölçekli işletmenin 1982-1992 yıllarını kapsayan veri setleri	Pozitif
Stanwick ve Stanwick	1998	ABD	111 adet işletmenin 1987-1992 yıllarını kapsayan veri setleri	Pozitif
Wingard ve Vorster	2001	Güney Afrika	Johannesburg Menkul Kıymetler Borsası’nda yer alan işletmelerin veri setleri (1994-1998 dönemi)	Pozitif
D’Arcimoles ve Trebucq	2002	Fransa	SBF-120 indeksinde yer alan işletmelerin veri setleri (1998-2000 dönemi)	Nötr
Orlitzky ve diğ.	2003	Polonya	Daha önceki çalışmaların incelenmesi (52 çalışmanın analiz sonuçları)	Pozitif
Tsoutsoura	2004	ABD	S&P 500’de yer alan işletmelerin veri setleri (1996-2000 dönemi)	Pozitif
Sandhu ve Kapoor	2005	Hindistan	20 adet işletmenin veri setleri (2000-2003 dönemi)	Nötr
Brine ve diğ.	2007	Avusturalya	277 adet işletmenin finansal verileri (2005 dönemi)	Pozitif
Fauzi ve diğ.	2007	Endonezya	Jakarta borsasında 383 adet işletmenin veri setleri (2002-2003 dönemi)	Nötr
Montabon ve diğ.	2007	ABD	45 adet işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Makni ve diğ.	2008	Kanada	179 adet işletmenin veri setleri (2004-2005 dönemi)	Nötr
Wahba	2008	Mısır	Mısır sermaye piyasasında faaliyet gösteren 156 adet işletme verisi (2003-2005 dönemi)	Nötr
Nelling ve Webb	2009	ABD	600 adet işletmenin veri setleri (1993-2000 dönemi)	Nötr
Cardebat ve Sirven	2010	Fransa, Almanya, İngiltere, İspanya, İsveç ve Danimarka	Avrupa’da altı ülkede toplam 154 adet işletmenin veri setleri (2000-2008 dönemi)	Negatif
Mishra ve Suar	2010	Hindistan	İmalat sektöründe yer alan 150 adet işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Al-Dmour ve Askar	2011	Ürdün	83 adet işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Soana	2011	İtalya	68 adet bankanın 2005 dönemi veri setleri	Nötr

Saleh ve diğ.	2011	Malezya	Halka açık 200 adet işletmenin veri setleri (1999-2005 dönemi)	Pozitif
Chen ve Wang	2011	Çin	206 adet işletmenin veri setleri (2007-2008 dönemi)	Pozitif
Uwuigbe ve Egbide	2012	Nijerya	41 adet işletmenin faaliyet raporları verileri (2008 dönemi)	Pozitif
Nilipour ve Nilipour	2012	İran	Tahran borsasında yer alan çimento sektöründeki işletmelerin veri setleri (2007-2011 dönemi)	Nötr
Mwangi ve Oyenje	2013	Kenya	Nairobi Menkul Kıymetler Borsası 10 adet imalat işletmesinin veri setleri (2007-2011 dönemi)	Nötr
Sacidi ve diğ.	2014	İran	205 adet imalat ve tüketici firmasından elde edilen anket verileri	Pozitif
Hirigoyen ve Poulain-Rehm	2015	ABD-Avrupa ve Asya-Pasifik	Üç coğrafi bölgede faaliyet gösteren 329 adet işletmenin verileri (2009-2010 dönemi)	Negatif
Bai ve Chang	2015	Çin	İmalat endüstrisinde yer alan 800 adet işletmenin verileri	Pozitif
Jain ve diğ.	2016	Hindistan	384 KOBİ'den elde edilen anket verileri	Pozitif
Rodriguez-Fernandez	2016	İspanya	Madrid Menkul Kıymetler Borsası'nda listelenen 121 adet işletme verisi (2009 dönemi)	Pozitif
Yusoff ve Adamu	2016	Malezya	Malezya Borsası'nda işlem gören 100 adet işletmenin veri setleri (2009-2013 dönemi)	Pozitif
Fabac ve diğ.	2016	Hırvatistan	Zagreb Borsası'nda işlem gören 100 adet işletmenin veri setleri (2012-2014 dönemi)	Pozitif
Bagh ve diğ.	2017	Pakistan	Pakistan Menkul Kıymetler Borsası 30 adet ticari bankanın veri setleri (2006-2015 dönemi)	Pozitif
Sinha ve diğ.	2018	Hindistan	382 adet KOBİ'den elde edilen anket verileri	Pozitif
Masud ve Hossain	2019	Bangladeş	392 adet imalat firmasından elde edilen anket verileri	Pozitif
Long ve diğ.	2020	Çin	Shenzhen Menkul Kıymetler Borsası ve Şangay Menkul Kıymetler Borsası'nda listelenen 2218 adet işletmenin verileri (2009-2013 dönemi)	Pozitif
Lee ve Yang	2021	Tayvan	269 adet işletmenin 2013-2017 dönemine ait yıllık finansal verileri	Negatif

5.1.2. Türkiye’de Yapılan Çalışmalar

Torlak (2006) yaptığı çalışmada, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk davranışlarının finansal performans üzerinde bir etki yaratıp yaratmadığını incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma kapsamında sistemli yeniden inceleme metodu kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, KSS boyutları arasında özellikle çevre ile ilgili olumlu davranışlar finansal performansı artırdığı gözlemlenmiştir. Ayrıca, insan kaynakları yönetim uygulamalarının finansal performans üzerinde olumlu bir etki bıraktığı sonucuna varılmıştır.

Aras ve diğerleri (2010) tarafından yapılan çalışmada, işletmelerin sürdürülebilirlik kapsamında, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal performansları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma kapsamında, İstanbul borsasında ilk 100’de yer alan işletmelerin 2005-2007 dönemine ait kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kârlılık, işletme büyüklüğü ve risk düzeyini analiz etmiştir. Analiz sonucunda, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal performansları arasında herhangi bir ilişkinin var olmadığı tespit edilmiştir.

Şahin ve diğerleri (2011) ise yaptıkları çalışmada, 2007 dönemi baz alınarak Borsa İstanbul’da işlem gören işletmelerin KSS düzeyleri, yönetim kurulu yapısı ve finansal performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan analizler sonucunda, işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, işletmelerin çeşitli finansal performans göstergeleri üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etki yarattığı ortaya çıkmıştır.

Yılmaz (2011), Türkiye’deki bankaların kurumsal sosyal performanslarının finansal performansları üzerindeki etkisini incelediği çalışmada; KSS raporlaması standartları ve çeşitli derecelendirme kuruluşlarının kriterleri temel alınarak hazırlanan ölçek üzerinden belirli bir puanlama sistemi oluşturulmuştur. Bu puanlama sistemi ve finansal performans göstergeleri kullanılarak, panel veri analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, net faaliyet karı ve toplam varlık göstergeleri ile sosyal performans arasında anlamlı bir ilişki varken, diğer finansal göstergeler ile sosyal performans arasında anlamsız bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Erdur ve Kara (2014) yaptıkları çalışmada, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk düzeyi ile kurumsal finansal performansı arasındaki ilişkiyi analiz

etmişlerdir. Analize BIST Kurumsal Yönetim endeksinde bulunan 33 adet işletmenin yıllık faaliyet raporlarının finansal verileri dahil edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, özsermaye karlılığı oranı, piyasa değeri/defter değeri oranı, net kâr, kaldıraç oranı ve aktif karlılığı oranı ile kurumsal sosyal sorumluluk düzeyleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki saptanmıştır. Ayrıca, satış kârlılığı oranı ve toplam satışlar ile işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk düzeyleri arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir.

Yukarıda verilen örnekler bu alanda yapılan çalışmaların sadece bir kağıdır. Bu çalışmaların dışında Türkiyede işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile finansal performansları arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda çalışmanın var olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan bu çalışmalar detaylı bir şekilde incelenmiş ve KSS ile FP arasındaki ilişkide ortaya çıkan sonuçlar (pozitif, negatif veya nötr) Tablo 5.2’de kronolojik sıraya göre listelenmiştir.

Tablo 5. 2. Türkiye’de KSS ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yazar/Yazarlar	Yıl	Örneklem	Sonuç
Kaynar	2011	İMKB 100 endeksinde işlem gören 46 adet işletme verisi (2004-2009 dönemi)	Pozitif
Arsoy ve diğ.	2012	BIST-Kurumsal Yönetim Endeksi’nde bulunan 28 adet işletme verisi	Pozitif
Alparslan ve Aygün	2013	İMKB’ye kayıtlı 117 firmanın 2009-2010 dönemine ilişkin verileri	Pozitif
Şimşek	2013	Borsa İstanbul’da çimento sektöründe işlem gören 13 adet işletme verisi	Pozitif
A. Yıldırım	2013	BIST-30 endeksinde yer alan 6 adet üretim işletmesinin verileri (2011-2012 dönemi)	Pozitif
Özçelik ve diğ.	2014	BİST 100 Endeksinde yer alan işletmelerin verileri (2010-2012 dönemi)	Nötr
Başar	2014	BİST Kimya, Petrol, Plastik endeksinde yer alan işletme verileri (2010-2012 dönemi)	Negatif
Sakarya ve diğ.	2014	BIST-30 endeksinde yer alan 6 adet üretim işletmesinin 2011-2012 dönemine ilişkin veri setleri	Pozitif
Gençyürek	2014	KAP’ yer alan ilk 40 adet işletmenin mali tablo verileri (2012-2013 dönemi)	Nötr
Fettahoğlu	2014	BİST’te işlem gören 16 adet işletme verisi (2009-2011 dönemi)	Pozitif
Yazan	2015	BIST sinai endeksinde yer alan 81 adet sanayi işletmesinin verileri (2005-2012 dönemi)	Nötr

Taşkın	2015	11 bankanın 2013 yılına ait veri setleri	Nötr
Çelik ve diğ.	2016	BIST-Mali sektör dışında 160 adet işletmenin veri setleri (2009-2014 dönemi)	Nötr
Farajollahi	2016	BIST-30 endeksinde yer alan 6 bankanın faaliyet raporları verileri (2009-2014 dönemi)	Nötr
Tanç	2017	BIST-Sürdürülebilirlik Endeksi'nde bulunan 35 adet işletme verisi (2011-2016 dönemi)	Pozitif
Kaya	2017	BIST-Kurumsal Yönetim Endeksi'nde yer alan işletmelerin veri setleri (2007-2015 dönemi)	Pozitif
Üstünel ve diğ.	2017	190 işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Alper ve Aydoğan	2018	BIST-Kurumsal Yönetim Endeksi'nde yer alan 38 adet işletme verisi (2007-2015 dönemi)	Pozitif
Düzer ve Önce	2018	BIST-Sürdürülebilirlik Endeksi'nde bulunan 30 adet işletme verisi (2008-2014 dönemi)	Pozitif
Dişlioğlu	2019	Borsa İstanbul'da işlem gören 2 adet işletmenin veri setleri (2010-2016 dönemi)	Pozitif
Arslan	2019	BIST-Kurumsal Yönetim Endeksi'nde bulunan 33 adet işletme verisi (2012-2017 dönemi)	Pozitif
Önder	2019	BIST'te işlem gören 20 adet işletmenin 2016 yılına ait GRI raporları verileri	Nötr
Gülcan ve Dalgat	2019	BIST-100 Endeksi'nde yer alan 45 adet işletme verisi (2007-2016 dönemi)	Pozitif
Acar	2020	S&P 500 endeksinde bulunan 13 adet otel işletmesi verileri (2013-2018 dönemi)	Pozitif

5.2.Entelektüel Sermaye (ES) ve Finansal Performans (FP) Arasındaki İlişki

İşletmelerde maddi varlıkların yanı sıra maddi olmayan varlıkların da işletmelerin finansal performansları üzerindeki etkisi daha önceki çalışmalarda açıkça görülmektedir. Literatürde entelektüel sermaye ve bileşenleri ile finansal performans arasındaki ilişkiyi inceleyen ulusal ve uluslararası çok sayıda teorik ve ampirik çalışmaların var olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu doğrultuda, bu bölümde entelektüel sermaye ve finansal performans arasındaki ilişkiyi özetleyen çalışmalar “Dünya’da yapılan çalışmalar” ve “Türkiye’de yapılan çalışmalar” olmak üzere iki başlık şeklinde ele alınmıştır.

5.2.1. Dünya’da Yapılan Çalışmalar

Chen ve diğerleri (2005), entelektüel sermaye ile işletmelerin piyasa değeri ve finansal performansları arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırmacılar tarafından, entelektüel sermaye ölçümünde Ante Pulic’in entelektüel

katma değer katsayısı (VAIC™) yöntemi kullanılmış ve entelektüel sermaye ile piyasa değeri ve işletmelerin finansal performansları arasındaki ilişkiyi incelemek için ise regresyon modelleri oluşturulmuştur. Araştırma örneklemini, Tayvan menkul kıymetler borsasına kayıtlı tüm işletmeler (4254 firma) ve bu işletmelerin 1992-2002 yılları arasındaki verileri oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda, işletmelerin entelektüel sermayesinin piyasa değeri ile finansal performans üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tan ve diğerleri (2007) yaptıkları çalışmada, işletmelerin entelektüel sermayesi (ES) ile finansal performansları (FP) arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma kapsamında Singapur Borsası'nda halka açık 150 şirketin verileri kullanılmıştır. Verilerin analizinde, kısmi en küçük kareler (PLS) yöntemi kullanılmıştır. Araştırma bulguları, entelektüel sermayenin, finansal performans ile pozitif bir ilişki içinde olduğunu ve ayrıca bir işletmenin entelektüel sermayesinin büyüme hızı, işletme performansı ile olumlu yönde ilişkili olduğunu göstermiştir.

Mondal ve Ghosh (2012), 1999'dan 2008'e kadar on yıllık bir dönem için 65 Hint bankasının entelektüel sermayesi ile finansal performansı arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelemeyi amaçlamışlardır. Verilerin elde edilmesinde Hindistan Merkez Bankası veri tabanı ve yıllık raporları, özellikle bankaların ilgili yıllara ait kar ve zarar hesapları ve bilançoları kullanılmıştır. Bankaların entelektüel sermaye ölçümünde, entelektüel katma değer katsayısı (VAIC™) yöntemi uygulanmıştır. Varlık getirisi (ROA) ve özkaynak karlılığı (ROE) ise, bankaların finansal performans ölçümünde kullanılan yöntemlerdir. Seçilen bankaların entelektüel sermayeleri analiz edilmiş ve bunların finansal performans üzerindeki etkileri çoklu regresyon tekniği kullanılarak ölçülmüştür. Analiz sonucunda, bankaların entelektüel sermayesinin finansal performans üzerinde hayati bir öneme sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Emadzadeh ve diğ. (2013), yaptıkları çalışmada, finansal performans üzerinde entelektüel sermayenin etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırmada, 89 adet işletme yöneticisinden anket yoluyla elde edilen veriler kullanılmıştır. Araştırma bulguları, entelektüel sermayenin, finansal performans üzerinde olumlu ve önemli bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Al-Musali ve İsmail (2014) entelektüel katma değer katsayı (VAIC™) yöntemi kullanarak Suudi Arabistan'da borsaya kote olan bankaların entelektüel sermayenin performansını incelemeyi ve entelektüel sermayenin finansal performans üzerindeki etkisini araştırmayı hedeflemişlerdir. Araştırma örneklemini, 2008-2010 yılları arasında borsada işlem gören tüm bankalar ve bu bankaların verileri oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda, entelektüel sermaye performansının düşük olduğunu fakat bankaların finansal performans göstergeleri ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, entelektüel sermaye bileşenlerine ayrıldığında, bu bileşenler ile finansal performans göstergeleri arasındaki anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Yukarıda verilen örnekler bu alanda yapılan çalışmaların sadece bir kaçını oluşturmaktadır. Bu çalışmaların dışında Dünya’da işletmelerin entelektüel sermaye ile finansal performansları arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda çalışmanın var olduğunu söylemek mümkündür. ES ile FP arasındaki ilişkiyi inceleyen ve bu alanda literatürde sıklıkla atıfta bulunan bazı önemli çalışmalar aşağıda Tablo 5.3’te kronolojik olarak özetlenmiştir.

Tablo 5. 3. Dünya’da ES ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yazar/ Yazarlar	Yıl	Ülke	Örneklem	Sonuç
Bontis ve diğ.	2000	Malezya	Kuala Lumpur ve Seremban'da faaliyet gösteren 107 işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Riahi-Belkaoui	2003	ABD	1991-1996 döneminde Forbes’in listesine dahil edilen çok uluslu 81 işletmeye ait veriler	Pozitif
Firer ve Williams	2003	Güney Afrika	Johannesburg Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören 75 halka açık işletmenin 2001 dönemi yıllık faaliyet raporlarından elde edilen veriler	Pozitif

Mavridis	2004	Japonya	141 Japon bankanın veri setleri (200-2001 dönemi)	Pozitif
Najibullah	2005	Bangladeş	Dhaka Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören 22 Banka'nın veri setleri	Pozitif
Bollen ve diğ.	2005	Almanya	İlaç sektöründe faaliyette bulunan 41 işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Shiu	2006	Tayvan	83 teknoloji işletmesinin 2003 yıllık faaliyet raporlarından elde edilen veriler	Negatif
Tovstiga ve Tulugurova	2007	Rusya	St Petersburg'ta faaliyet gösteren 62 işletme yöneticisinden elde edilen anket verileri	Pozitif
Cohen and Kaimenakis	2007	Yunanistan	52 KOBİ'den elde edilen anket verileri	Pozitif
Gan ve Saleh	2008	Malezya	89 işletmeden elde edilen veriler	Pozitif
Ahangar	2011	İran	İran'ın ünlü bir ticari işletmenin 30 yıllık bilanço verileri (1980-2009 dönemi)	Pozitif
İsmail ve Al-Musali	2011	Bahreyn	Bahreyn Menkul Kıymetler Borsası'nda listelenen 18 bankanın veri setleri (2005-2007 dönemi)	Pozitif
Maditinos ve diğ.	2011	Yunanistan	Atina Menkul Kıymetler Borsası'nda listelenen 96 işletmenin veri setleri (2006-2008 dönemi)	Negatif
Clarke ve diğ.	2011	Avustralya	Avustralya Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören 1676 adet işletmenin veri setleri (2003-2008 dönemi)	Pozitif
Komnenic ve Pokrajčić	2012	Sırbistan	37 adet çokuluslu işletmenin veri setleri (2006-2008 dönemleri)	Pozitif
Mehralian ve diğ.	2012	İran	İran Menkul Kıymetler Borsası'nda listelenen 19 adet işletmenin yıllık faaliyet raporları verileri (2004-2009 dönemi)	Pozitif
Eskandar	2013	İran	60 adet işletme verisi	Pozitif
Salehi	2014	İran	Tahran menkul kıymetler borsasında işlem gören 39 adet işletmenin veri setleri (2007-2010 dönemi)	Pozitif
Bchini	2015	Tunus	104 adet imalat işletmesinden elde edilen anket verileri	Pozitif
Yasser ve diğ.	2015	Pakistan	Pakistan'ın 5 büyük islami bankanın yıllık raporları (2007-2014 dönemi)	Pozitif

Sardo ve Serrasqueiro	2017	Batı Avrupa (14 ülke)	2090 adet finansal olmayan işletmenin veri setleri (2004-2015 dönemi)	Pozitif
Smriti ve Das	2018	Hindistan	Halka açık 710 adet işletmenin veri setleri (2001-2016 dönemi)	Pozitif
Nawaz	2019	İngiltere	6 islami bankanın beş yıllık raporların veri setleri (2013-2017 dönemi)	Pozitif
Babajee	2020	Mauritius	43 adet otelin veri setleri (2007-2017 dönemi)	Pozitif
Wang ve diğ.	2021	Çin	328 adet yüksek teknoloji işletmelerden elde edilen anket verileri	Pozitif

5.2.2. Türkiye’de Yapılan Çalışmalar

Öztürk ve Demirgüneş (2007), İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında (İMKB) işlem gören ve üretim sektöründe faaliyette bulunan 30 adet işletmenin 2000 ile 2002 yılları arasındaki verilerini kullanarak, entelektüel sermaye ve bileşenlerinin, işletmelerin finansal performansları üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırmacılar entelektüel sermayeyi hesaplarken ekonomik katma değer yöntemini kullanmışlardır. Finansal performans hesaplamasında, piyasa değeri/defter değeri oranı verimlilik ve karlılık ölçütleri kullanılmıştır. Çalışmada entelektüel sermaye ile finansal performans arasındaki ilişkiyi çoklu regresyon analizi ile incelemeye çalışmışlardır. Yapılan analizler sonucunda işletmelerin, piyasa değeri verimliliği ve karlılığı üzerinde fiziksel ve yapısal sermayenin pozitif yönde bir etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. İnsan sermayesinin ise sadece piyasa değeri/defter değeri oranı üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Erdem ve Yörük (2008), yaptıkları çalışmada, entelektüel sermaye ve unsurlarının firmaların finansal performansları üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Çalışmada, İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında (İMKB) otomotiv sektöründe işlem gören 12 adet işletmenin mali tablolarından elde edilen veriler değerlendirilmeye alınmıştır. Entelektüel sermaye ölçümünde, Ante Pulic’in Entelektüel Katma Değer Katsayısı yöntemi kullanılmıştır. Finansal performansı ölçmek için kullanılan ölçütler ise verimlilik, işletmelerin hisse senetlerinin endeksi aşan getirileri, karlılık ve piyasa değeridir. Yapılan analiz sonuçlarına göre, Türkiye’de faaliyet gösteren otomobil şirketlerinin entelektüel sermaye varlıklarına değer

vermeye çalıştıkları, buna rağmen hâlâ işletmelerin performansını etkileyen temel faktörün maddi varlıklar olduğu anlaşılmaktadır.

Karacaer ve Aygün (2009), çalışmalarındaki temel amaç, entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmalarında, entellektüel sermayeyi ölçmek için, entelektüel sermaye katma değer katsayısı (VAIC) yönteminden yararlanırken; firma performansını ölçmek için ise, karlılık verimlilik ve piyasa değeri ölçütlerinden yararlanmıştır. İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören 50 adet işletmenin 2007 yılına ait verileri çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, yapısal sermaye etkinliği katsayısı hariç diğer entelektüel sermaye katsayıları firma performansı ile pozitif ve anlamlı ilişkilere sahip olduğu tespit edilmiştir.

Oğraş (2010), entelektüel sermayenin finansal performans üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmada, 2003-2008 yılları arasında aktif büyüklüğüne göre en büyük 10 bankanın faaliyet raporlarından elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda da entelektüel sermaye, bankaların finansal performansları üzerinde olumlu bir etki bıraktığı sonucuna varılmıştır.

Tablo 5. 4. Türkiye’de ES ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yazar/ Yazarlar	Yıl	Örneklem	Sonuç
Karacaer ve Kapusuzoğlu	2010	İMKB’de turizm endeksinde işlem gören işletmelerin veri setleri (2004-2007 dönemi)	Pozitif
Karacan ve Ergin	2011	İMKB’de işlem gören banka sektöründe yer alan 17 adet işletmenin veri setleri (2008-2010 dönemi)	Pozitif
Yıldız	2011	İMKB’de işlem gören 8 adet özel bankanın 421 yöneticisinden elde edilen anket verileri	Pozitif
Akdağ	2012	239 adet otel işletmesinde görev yapan yöneticilerden anket yoluyla elde edilen veriler	Pozitif
Zor ve Cengiz	2013	Borsa İstanbul (BIST) enerji sektöründe işlem gören işletmeler (2009-2011 dönemi)	Negatif

Özer ve Özer	2014	Borsa İstanbul'da işlem gören 57 adet çok uluslu işletmenin veri setleri (2002-2011 dönemi)	Pozitif
Erdoğan ve Dönmez	2014	BİST'te işlem gören metal eşya, makine ve gereç yapım sektöründe faaliyette bulunan 7 adet işletmenin verileri (2008-2011 dönemi)	Pozitif
Gürkan ve diğ.	2015	Borsa İstanbul'da işlem gören 24 adet sanayi işletmesinin verileri (2008-2013 dönemi)	Pozitif
Çalışkan	2015	Borsa İstanbul (BIST) banka sektöründe işlem gören 14 adet bankanın bilanço ve gelir tablosu verileri (2010 dönemi)	Pozitif
Kendirli ve Konak	2015	Borsa İstanbul bilişim endeksi'nde işlem gören 12 adet işletmenin 5 yıllık piyasa ve muhasebe verileri (2008-2012 dönemi)	Pozitif
Kendirli ve Diker	2016	Borsa İstanbul (BIST) kâğıt ve ambalaj sanayi sektöründe işlem gören 7 adet işletmenin yıllık finansal verileri (2013 dönemi)	Pozitif
Çam	2016	Borsa İstanbul Sınai Endeksinde yer alan 922 firma-yılı gözlem veri setleri (2004-2014 dönemi)	Pozitif
Özkan ve diğ.	2017	İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında banka sektöründe işlem gören 44 bankanın verileri (2005-2014 dönemi)	Pozitif
Gülcemal ve Çıtak	2017	İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören 107 adet işletme verisi (2001-2013 dönemi)	Pozitif
Kaygusuz	2017	BİST'te işlem gören, teknoloji endeksinde bulunan 14 adet teknoloji ve bilişim şirketinin faaliyet raporları verileri (2016 dönemi)	Pozitif
Horasan ve diğ.	2017	49 adet işletmenin kurumsal derecelendirme raporları verileri (2015 dönemi)	Pozitif
Gümüş ve diğ.	2018	İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında çimento sektöründe işlem gören 8 adet işletmenin bilanço verileri (2014-2017 dönemi)	5 firma pozitif 3 firma negatif
Keskin ve diğ.	2018	161 adet işletmenin yönetici pozisyonundaki çalışanlarından elde edilen anket verileri	Pozitif
Yılmaz ve Acar	2018	BİST 100 endeksinde yer alan 49 adet işletmenin verileri (2011-2014 dönemi)	Pozitif
Yorulmaz ve Alkan	2018	262 adet deniz ulaştırma işletmesinde görevli 413 yöneticiden anket yoluyla elde edilen veriler	Pozitif
Gümüş ve Avcı	2019	Borsa İstanbul'da turizm endeksinde yeralan 5 adet işletmenin finansal tablo verileri (2014-2018 dönemi)	Negatif
Atan ve Tunçer	2019	İstanbul Sanayi Odası (İSO)'na kayıtlı ilk 500 ve ikinci 500 büyük işletmelerde çalışan üst yöneticilerden elde edilen anket verileri (404 adet katılımcı)	Pozitif

Barut ve Karabayır	2019	Borsa İstanbul'da (BİST) işlem gören 20 adet işletmenin verileri (2010-2014 dönemi)	Pozitif
Tunçer ve Tarlacı	2020	İstanbul Sanayi Odası (İSO)'na kayıtlı 1000 adet işletme içinden 405 yöneticiden elde edilen anket verileri	Pozitif
Can ve Bardi	2020	BİST Kobi Sanayi endeksinde yer alan 83 adet işletmenin verileri (2013-2015 dönemi)	Pozitif
Doğan ve Kevser	2020	Borsa İstanbul Sanayi Endeksi 110 adet işletmenin verileri (2015-2019 dönemi)	Pozitif
Aya ve Gürdal	2021	İMKB'de işlem gören 11 farklı sektörde faaliyet gösteren 85 adet işletmenin verileri (2007-2016 dönemi)	Pozitif

5.3.Rekabet Avantajı (RA) ve Finansal Performans (FP) Arasındaki İlişki

Günümüzde çok sayıda işletme, finansal performanslarını ve kurumsal değerlerini iyileştirmek için farklı stratejiler geliştirmektedirler. Bu stratejilerin temel amacı rakiplere karşı üstünlük sağlayarak sürdürülebilir bir avantaj sağlamaktır. Dolayısıyla küresel ekonomide işletmeler rakiplerine göre bir adım önde olmak için rekabet avantajı oluşturmaya yönelik uygulamalara ve stratejilere önemli derecede büyük yatırımlar yapmaktadırlar. Bu doğrultuda, işletmelerin finansal performansları üzerinde rekabet avantajının etkisinin kaçınılmaz olduğu bir olgu olduğu açıkça anlaşılmaktadır.

Rekabet avantajının doğrudan veya dolaylı olarak işletmelerin finansal performansları üzerindeki etkisi daha önceki çalışmalarda görmek mümkündür. Bu alanda yapılan araştırmalar incelendiğinde rekabet avantajı ile finansal performans arasındaki ilişkiyi inceleyen ulusal ve uluslararası teorik ve ampirik çalışmalara rastlamak mümkündür. Bu doğrultuda, bu bölümde rekabet avantajı ve finansal performans arasındaki ilişkiyi özetleyen çalışmalar “Dünya’da yapılan çalışmalar” ve “Türkiye’de yapılan çalışmalar” olmak üzere iki başlık şeklinde ele alınmıştır.

5.3.1. Dünya’da Yapılan Çalışmalar

Davis ve diğ. (2000), çalışanların güvenini sağlayan genel müdürleri, işletme için rekabet avantajı sağlayan bir iç organizasyon özelliği olarak kabul etmektedirler. Bu doğrultuda yaptıkları çalışmada, rekabet avantajının ampirik sonuçları

çerçevesinde güvenilir genel müdür ve işletme birimlerinin performansları arasındaki ilişkiyi araştırmayı hedeflemişlerdir. Araştırmaya toplamda 381 adet restaurant çalışanı dahil edilmiş ve bu çalışanlardan anket yoluyla veriler sağlanmaya çalışılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, güvenin restoran endüstrisindeki satışlar, karlar ve çalışan devir hızı ile önemli ölçüde ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Buradan hareketle araştırmacılar tarafından restoran endüstrisinde rekabet avantajı olarak kabul edilen güvenin performans ile varsayılan ilişkisini desteklemektedir.

Roberts ve Amit (2003), yenilikçi faaliyetleri ve bu faaliyetlerin süreçlerinin işletmelerin rekabet avantajına yol açıp açmadıklarını gözlemlemişlerdir. Ayrıca oluşan rekabet avantajının işletmelerin finansal performansına nasıl yansıdığını ortaya koymayı hedeflemişlerdir. Çalışma kapsamına 1981-1995 döneminde Avustralya perakende bankacılık endüstrisinde yeni ürün ve süreçlerini benimseyen 19 adet bankanın verileri dâhil edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, daha yenilikçi faaliyetler üstlenen, bu faaliyetlerde daha tutarlı olan ve yaptıkları yeni faaliyet bileşimleri ile rekabet avantajı sağlayan bankalar, üstün finansal performans sergileme eğilimini göstermektedirler.

Ha-Brookshire ve Dyer (2009), çalışmalarında firma yeteneklerinin ve rekabet avantajı yaratan faktörlerin rolünü değerlendirmek ve bu faktörlerin firmaların performansını nasıl etkilediğini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Bu doğrultuda çalışmaya, Amerika Birleşik Devletleri'nde hazır giyim endüstrisinde faaliyette bulunan işletmelerin verileri değerlendirme kapsamına alınmıştır. Araştırmada veriler anket yöntemi ile toplanmış ve bu veriler yapısal eşitlik modellemesi ile analiz edilmiştir. Araştırma örneklemini toplamda 807 adet işletmeden oluşmakta fakat yalnızca 159 adet işletmeden geri dönüş sağlanmıştır. Analiz sonuçları, pazar yorumlama, kaynak bulma ve hizmet yeteneklerinin genel olarak maliyet, ürün ve hizmet rekabet avantajlarını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Ayrıca bu rekabet avantajları da işletmelerin performanslarını olumlu yönde etkilediği görülmüştür.

Kamukama ve diğ. (2011), yaptıkları çalışmada, Uganda'nın mikrofinans kurumlarında entelektüel sermaye ve finansal performans arasındaki ilişkide rekabet avantajının aracılık etkisini incelemeyi hedeflemişlerdir. Çalışma örneklemine 65 adet mikrofinans kuruluşu dahil edilmiş ve bu kuruluşa ait veriler anket yoluyla

toplanarak çalışma kapsamında analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, Uganda mikrofinans kurumlarında rekabet avantajı, entelektüel sermaye ile finansal performans arasındaki ilişkide önemli bir aracılık rolü üstlendiği sonucuna varılmıştır.

Jain ve diğ. (2017), çalışmalarında Küçük ve Orta ölçekli işletmeler (KOBİ)'ler bağlamında KSS ve FP arasındaki ilişkide entelektüel sermaye ve rekabet avantajı'nın aracılık rolünü keşfetmeyi amaçlamışlardır. Çalışma kapsamında Hindistan'nın Rajasthan eyaletinde faaliyette bulunan 384 adet KOBİ'nin verileri analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, KSS ile FP arasında zayıf bir pozitif ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Sonuçlar, entelektüel sermayenin'nin KSS ve FP ilişkisi üzerinde güçlü bir aracı etkisinin olduğuna dair destekleyici kanıtlar sağlamaktadır. Çalışma sonuçlarında entelektüel sermayenin aksine rekabet avantajı'nın bu ilişkideki aracı rolünün zayıf olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5. 5. Dünya’da RA ve FP Arasındaki İlişki Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yazar/ Yazarlar	Yıl	Ülke	Örneklem	Sonuç
Carmeli ve Cohen	2001	İsrail	99 adet yerel yöneticiden elde edilen anket verileri	Pozitif
Albaum ve Tse	2001	Hong Kong	183 adet ihracat firmasından elde edilen anket verileri	Pozitif
Cater ve Pucko	2005	Slovenya	225 adet işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Evans ve diğ.	2005	Avustralya	101 adet yöneticiden elde edilen anket verileri	Nötr
Newbert	2008	ABD	664 adet işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Cater ve Cater	2009	Slovenya	Hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren ithalat aracı 182 adet işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Tuan ve Yoshi	2010	Vietnam	Destekleyici endüstrilerde faaliyet gösteren 102 adet işletmenin anket verileri	Pozitif
Wingwon ve Piriyaikul	2010	Tayland	KOBİ statüsündeki işletmelerin genel müdürlerinden alınan 450 adet anket verisi	Nötr
Liu	2011	Çin	Orta ve güney Çin bölgelerinde 1000 adet imalat işletmelerinden elde edilen anket verileri	Pozitif
Ong ve İsmail	2012	Malezya	KOBİ sahip veya yöneticilerinden elde edilen 365 adet anket verisi	Pozitif
Agha ve diğ.	2012	Birleşik Arap Emirlikleri	Boya endüstrisinde faaliyet gösteren 77 adet işletme yöneticisinden elde edilen anket verileri	Pozitif

Munizu	2013	Endonezya	Balıkçılık faaliyetlerinde bulunan 55 adet işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Russell ve Millar	2014	Karayipler Bölgesi	66 adet imalat firmasından elde edilen anket verileri	Pozitif
Herzallah ve diğ.	2014	Filistin	202 adet küçük ve orta ölçekli işletmelerden elde edilen anket verileri	Pozitif
Saeidi ve diğ.	2015	İran	205 adet imalat firmasından elde edilen anket verileri	Pozitif
Ibrahim ve Mahmood	2016	Nijerya	Kuzey Batı Nijerya'da Kano eyaletinde faaliyet gösteren 283 adet KOBİ'den elde edilen anket verileri	Pozitif
Chaudhry ve diğ.	2016	Pakistan	480 adet imalat firmasından elde edilen anket verileri	Pozitif
Kuo ve diğ.	2017	Tayvan	Taşımacılık sektöründe faaliyet gösteren 134 adet işletmeden elde edilen anket verileri	Pozitif
Anwar ve diğ.	2018	Çin	312 adet firmadan elde edilen anket verileri	Pozitif
Udriyah ve diğ.	2019	Malezya	Selangor eyaletinde faaliyet gösteren 150 adet tekstil firmasından elde edilen anket verileri	Pozitif
Orakwue ve Oğuvwu	2019	Nijerya	Nijerya Menkul Kıymetler Borsası'nda listelenen tüm sektörlerden 100 adet işletmenin veri setleri (2007-2016 dönemi)	Pozitif
Mulyano ve diğ.	2020	Endonezya	Endonezya menkul kıymetler borsasında finans sektöründe faaliyet gösteren 67 adet işletmenin 2016 yılına ait veri setleri	Pozitif
Nguyen ve diğ.	2021	Vietnam	120 adet küçük ve orta ölçekli işletmelerden elde edilen anket verileri	Pozitif

5.3.2. Türkiye’de Yapılan Çalışmalar

Korkmaz ve Atay (2016) yaptıkları araştırmada, otel işletmelerinin yeşil pazarlama faaliyetlerinin kurumsal itibar ve rekabet avantajı üzerindeki etkisini belirlemeyi ve rekabet avantajının işletmenin piyasa performansı ve finansal performansı üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Veriler, 2015-2016 yılları arasında 501 adet otel işletmesinin yöneticileriyle yapılan görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilere dayalı olarak yeşil pazarlama uygulamalarının otel işletmelerinin kurumsal itibarını iyileştirdiği ve onlara rekabet

avantajı sağladığı tespit edilmiştir. Rekabet avantajının işletmelerin piyasa performansı ve finansal performansı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Süslü (2019) yaptığı çalışmada, otel işletmelerinin çevreye duyarlı stratejilerinin işletmelerin finansal performansına ve rekabet avantajına etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamına, konaklama sektöründe faaliyet gösteren 157 adet otel işletmesi dahil edilmiştir. Otel işletmelerinden veriler anket tekniği kullanılarak elde edilmiş ve değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler neticesinde, çevreye duyarlı stratejilerin otel işletmelerinin finansal performansını olumlu yönde etkileyerek arttırdığı ve işletmelere rekabet avantajı kazandırdığı sonucuna varılmıştır. Fakat çevreye duyarlı stratejilerin araştırmaya dahil edilen otel işletmelerinin finansal performansına katkısında rekabet avantajının aracılık rolünün bulunmadığı ayrıca tespit edilmiştir.

Koban ve İşcioğlu (2020), rekabet avantajı sağlamanın önemli bir çıktısı olan işletme performansına pazarlama yeteneklerinin ve bu yeteneklerin önemli girdilerinden biri olan örgütsel kaynaklar ile yeteneklerin etkisini araştırmayı yaptıkları çalışmayla ortaya koymayı hedeflemişlerdir. Bu çerçevede oluşturulan kavramsal modelde, birinci aşamada pazarlama yetenekleri ile organizasyonel kaynaklar ve organizasyonel yetenekler arasındaki ilişki değerlendirilmekte, ikinci aşamada ise pazarlama yetenekleri ile rekabet avantajları arasındaki etkileşim ve bu ikisinin işletme performansı üzerindeki etkisi değerlendirilmektedir. Araştırma kapsamına 42 adet lojistik hizmet sağlayıcı işletme dahil edilmiş ve bu işletmelerden elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Değerlendirilen verilen sonucunda, işletme performansı üzerinde sadece rekabet avantajının doğrudan etki yarattığı görülmektedir. Örgütsel kaynaklar ve yetenekler ile pazarlama yetenekleri, rekabet avantajının aracı değişkenleri olarak işletme performansı üzerinde dolaylı olarak bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

ALTINCI BÖLÜM

6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN FİNANSAL PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ENTELEKTÜEL SERMAYE İLE REKABET AVANTAJININ ARACILIK ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

6.1.Araştırmanın Amacı

Artan küresel bağımlılık, toplumların çevreye karşı duyarlılıklarının artması, paydaş ilişkilerinin ve bilgi tabanlı ekonominin stratejik önemindeki artış, sadece kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) tanımına yeni önermeler vermekle kalmamış, aynı zamanda iş ve toplumun temel felsefesini önemli ölçüde değiştirmiştir. Yapılan tanımlar çerçevesinde KSS kavramı, işletmelerin sadece ekonomik bir varlık olmadığını, aynı zamanda sosyal bir varlık olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle, işletmeler toplum ve paydaşlar ile her zaman bir etkileşim içerisinde yer almakta ve bunun sonucunda işletmeler, karar alma süreçlerinde toplumdaki insanların sosyal çıkarlarına dikkat etmeleri gerektiğini söylemek mümkündür. Buradan hareketle, işletmelerin sosyal sorumluluk odaklı davranışlarda bulunması, işletmelerin ticari eylemlerine yansımakta ve bunun sonucunda finansal performansı doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir.

20. yüzyılın sonunda, dünya ekonomisi, zenginlik ve ekonomik büyüme gibi unsurlar üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olan bazı değişikliklerden geçmeye başlamıştır. Sanayi çağından bilgi çağına kadar geçen bu süreçte işletmeler, yaklaşımlarını ve stratejilerini, rekabet avantajını (RA) göz önünde bulundurarak, yüksek performanslarını sürdürebilmek için karlılık yaklaşımı doğrultusunda hedeflerini yeniden konumlandırmıştır. Bontis (2002), mevcut eğilimin, kuruluşların rekabet avantajını ararken maddi olmayan duran varlıklara daha az odaklandıklarını belirtmiş ve yeterli maddi olmayan duran varlıklara sahip firmaların hayatta kalma şansının daha yüksek olduğunu belirtmektedir.

Gelişen ve gelişmekte olan ekonomilerde, işletmelerin bilgiye dayalı varlıkları, işletmelerin organizasyon içi yeteneklerinin çoğunluğunu oluşturur ve başarıları, bu

varlıkları ne kadar iyi yönettiğine bağlıdır (Jain, Vyas ve Roy, 2017: 2). Dolayısıyla bir tarafta, ekonomiler bilgi temelli bir yapıya dönüşürken, diğer taraftan ise, dünya genelinde, sürdürülebilir kalkınma için doğal sermayenin yönetilme ve kullanılma biçiminin değiştirilmesi gerekir. Bu nedenle işletmelerin sahip oldukları sermayeyi rekabet avantajına dönüştürülebileceği süreç ve mekanizmalarda bir değişimin olması kaçınılmazdır.

Yapılan açıklamalar doğrultusunda bu araştırmanın amacı, kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerindeki etkisine odaklanmak ve entelektüel sermaye ile rekabet avantajının, kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasında aracılık rolünün bulunup bulunmadığını ortaya çıkarmaktır.

6.2. Araştırmanın Önemi

Kuruluşların, sosyal sorumluluklarını tanıyarak, çevresel etkileri azaltmak, etik uzlaşmalara karşı güvence vermek, kurumsal yönetim oluşturmak ve paydaşlarına karşı daha hesap verebilir hale gelmek onların sürdürülebilirlik sorunları ile giderek daha fazla karşı karşıya kalmalarını sağlamaktadır. Aynı zamanda, birçok işletme için, en değerli üretken varlıklar bilgi, patent, lisans, işletme hakkı, işletme unvanı, marka, telif hakkı ve iş süreçleri gibi maddi olmayan varlıklardır. Dolayısıyla, kuruluşların uzun vadede faaliyetlerine devam etmesi ve hayatta kalmaları için maddi olmayan varlıkların daha iyi ölçülmesi ve yönetilmesi gerekir. Buradan hareketle işletmeler için hayati bir öneme sahip olan entelektüel sermayelerin, sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlamada ve taklit edilemeyen varlıklar olması sebebiyle de işletmelerin finansal olarak güçlü kalmasını sağlayan önemli bir etkidir.

Araştırma kapsamında yer alan ilgili değişkenler ve aralarında ki ilişki üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, son yıllarda artan bir şekilde bilimsel çalışmaların yoğunluğundan bahsetmek mümkündür. Araştırmacılar son zamanlarda, bir yandan finansal performans ile kurumsal sosyal sorumluluk diğer taraftan ise entelektüel sermaye ile kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki ilişkiyi bulmak ve analiz etmekle daha fazla ilgilenmişlerdir. Fakat araştırmaların çoğu esas olarak kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans ile olan ilişkisini veya bağlantısı ile ilgilenmişlerdir. Bazı araştırmacılar ise, entelektüel sermaye ile rekabet avantajının,

kurumsal sosyal sorumluluk ile ilişkilendirilebilecek önemli değişkenler olarak görmüşlerdir (Razafindrambinina ve Kariodimedjo, 2011: 2). Barnett (2007) ve McWilliams vd. (2006) göre, maddi olmayan duran varlıkların kurumsal sosyal sorumluluk üzerindeki etkileri önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca bu değişkenler etkileşime girdiğinde, sürdürülebilir bir rekabet avantajı yaratmakta ve işletmelerin finansal performansları açısından değerini etkilediğini söylemek mümkündür (Jain, vd. 2017: 2).

Yapılan açıklamalar doğrultusunda, kurumsal sosyal sorumluluğun, uzun vadede geliştirilmiş stratejik bir araç olarak görüldüğünü söylemek mümkündür. Bununla birlikte, literatürde bazı araştırmalar, somut olmayan kurumsal kaynaklar yaratabildiği ve geliştirebildiği için kurumsal sosyal sorumluluğu bir rekabet avantajı kaynağı olarak görmektedir.

Ülkemizde yapılan ampirik çalışmaların çoğu, kurumsal sosyal sorumluluk, entelektüel sermayenin bütünü veya çeşitli boyutları ile finansal performans veya firma performansı arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Bu doğrultuda, yapılan çalışmalara bakıldığında rekabet avantajı ve boyutlarının söz konusu değişkenler ile birlikte değerlendirildiği çalışmaların eksikliğinden bahsetmek mümkündür. Bu çalışma, daha önce yapılan çalışmalara ek olarak rekabet avantajı değişkeninide ekleyerek işletmelerin içinde bulundukları konumlarına farklı açıdan bakmalarına zemin hazırlayacaktır. Ayrıca rekabet avantajının bu çalışma kapsamında değerlendirilmesi kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerindeki etkisini analiz etmede önemli bir bilgi kaynağı olacaktır.

Ülkemizdeki işletmelerin gelişmiş olan ülkelerdeki işletmeler ile rekabet edebilmek için sürdürülebilir iş süreçlerine, politikalarına, güçlü ve tutarlı bir sermaye yapısına ihtiyaç duymaktadır. Ayrıca işletmelerin, topluma yönelik faaliyet ve uygulamalara ağırlık vermeleri ve bilgiye dayalı varlıkların iyi bir şekilde yönetmeleri rekabet etme gücünü artıracaktır. Buradan hareketle bu çalışma işletmelerin hem ulusal hemde uluslararası alanda rekabet gücü kazanmasına önemli bir katkı sunacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışmanın diğer bir önemi, sadece işletmelere değil, aynı zamanda işletmeler ile etkileşim halinde olan iç ve dış paydaşlara, bu alanda çalışmak

isteyen araştırmacılara rehber bir çalışma olma konusunda önemli bir rol üstleneceği düşünülmektedir.

6.3.Araştırmanın Sınırlılıkları ve Boşluğu

Bu çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerindeki etkisi ve bu iki değişkene aracılık eden entelektüel sermaye ile rekabet avantajının aracılık rolüne ilişkin analiz sonuçları, İstanbul Sanayi Odası tarafından her yıl yayımlanan “Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu” içerisinde yer alan 220 işletmenin verilerinden elde edilmiştir. Araştırma verilerini elde etmek için firmalar ile yüz yüze görüşmeye çalışılmıştır. Fakat COVID-19 pandemisi nedeniyle bazı firmalar ile yüz yüze görüşme fırsatı olmadığından, ilgili firmalara mail yoluyla ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu durum çalışma kapsamında değerlendirilecek olan verilere ulaşma noktasında bir sınırlılık olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, sadece kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunan işletme verilerinin çalışma kapsamında değerlendirilmesi bu çalışmanın diğer bir sınırlılığını ifade etmektedir.

Şimdiye kadar yapılan araştırmalar, kurumsal sosyal sorumluluğun entelektüel sermaye üzerindeki etkisini örtülü veya açık bir şekilde ampirik olarak analiz ettiğini ve kurumsal sosyal sorumluluk ile entelektüel sermayenin finansal performans üzerinde olumlu etkileri olduğuna dair kanıtlar sunduğunu bir önceki bölümde (Bölüm 5) yer almaktadır. Ülkemizde yapılan çalışmalara bakıldığında, ES'nin ve RA'nın KSS ve FP ilişkisi üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak aracılık etkisi olup olmama konusunda güncel bir araştırma yapılmamıştır. KSS, ES, RA ve FP arasındaki ilişkilerin kapsamı üzerindeki çalışmalar literatürde sınırlıdır. Bu nedenle, ES ve RA'nın özellikle ülkemizde KSS ve FP arasındaki ilişki üzerindeki aracılık etkisi, literatürde çalışılması gereken önemli bir konudur. Buradan hareketle bu çalışmada yapılan analizlerin sonuçları, ilgili değişkenlerin (KSS, FP, ES ve RA) ve bu değişkenlerin boyutları arasındaki doğrudan veya dolaylı ilişkiler konusundaki boşluğa katkı sunacak nitelikte olduğu düşünülmektedir.

6.4.Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Evren (population), araştırılmakta olan bir konunun tüm öğelerini içeren yapıdır. Karasar (1998)'a göre evren, araştırma sonuçlarının genellendiği araştırma kapsamı içerisinde yer alan ortak özelliklere sahip elemanlar bütünüdür. Bu bütün ortak özellikleri olan, canlı ve cansız her türlü elemanı içerebilen yığın, ana kütle veya toplumdur (Özen ve Gül, 2007: 395). Örneklem, araştırma problemini çözecek verilere ulaşabilen ve evreni temsil etmek üzere çeşitli tekniklerle evren elemanlarından seçilen ve üzerinde inceleme yapılan evrenin bir alt parçasıdır (Yazıoğlu ve Erdoğan, 2014: 32). Örneklem ise, bir süreç olup araştırma evrenini temsil edecek örneklerin belirlenmesidir (Özen ve Gül, 2007: 397).

Araştırmanın evreni, İstanbul Sanayi Odası tarafından her yıl yayımlanan ve yıl içinde toplamda net satış tutarına göre belirlenen “Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu (ISO 500)” içerisinde yer alan 500 işletme oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise, evren dahilinde bulunan ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve uygulamalarında bulunan işletmeler oluşturmaktadır. Bu doğrultuda yapılan incelemeler neticesinde 473 işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla bu araştırmanın örneklem hacmini, 2019 yılında yayınlanan “ISO 500” kapsamında yer alan 473 adet işletme oluşturmaktadır. Buradan hareketle araştırma kapsamında değerlendirilen örneklem evrene oranı yaklaşık %94 gibi yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmanın örneklemini oluşturan işletmelerden verileri sağlamak için kullanılan anket formu ilk olarak 01.12.2020 tarihinde işletmelerin kurumsal e-mail adreslerine gönderilmiştir. İşletmelere ait kurumsal iletişim bilgileri İstanbul Sanayi Odasından talep edilmiş ve gelen bilgiler doğrultusunda hareket edilmiştir. İlk etapta gönderilen anket formuna, katılım oranının oldukça düşük bir düzeyde olduğu görülmüştür. Ayrıca COVID-19 pandemisi nedeniyle kamu ve özel kuruluşlarda esnek çalışma kuralları (evden veya uzaktan çalışma gibi) uygulandığından ilgili yöneticilere ulaşma fırsatı oldukça zor bir hale gelmiştir. Fakat araştırmaya gerekli katılımların yüksek düzeyde olması için belli aralıklarla ilgili firma yöneticilerine hatırlatma e-mailleri gönderilmiştir. Gelen e-mailler sonucunda 05.08.2021 tarihi itibarıyla 220 işletmeden veriler toplanmış ve anket formlarının geri dönüşleri böylelikle

tamamlanmıştır. Ankette yer alan ifadelerle, işletmelerin finans veya insan kaynakları yöneticileri tarafından katılım sağlanmıştır. Araştırma kapsamında değerlendirilecek olan anketlerin geri dönüş oranı %46,5 olduğunu söylemek mümkündür.

Güvenilir sonuçlar elde edebilmek için en uygun örneklem büyüklüğünü hesaplama konusunda kesin yargılara ulaşmak söz konusu olmamaktadır. Ancak literatürde farklı hesaplamalar ve yöntemler ile yakın sonuçlar elde edilebilmektedir. Bu bağlamda, 220 adet anket formundan elde edilen verilerin bilimsel açıdan nitelik kazanması ve yeterli bir sayıda olup olmadığını öğrenmek için, literatürde ana kütleden örneklem seçme aşamasında kullanılan yöntemlere ve formüllere başvurmak gerekir. Bu doğrultuda araştırma kapsamında yapılacak analizlerde kullanılacak olan verilerin yeterliliğini anlamak için aşağıda bulunan formül kullanılmıştır (Aslan, 2018: 122). Bu formül evrendeki eleman sayısı bilindiği zaman kullanılan bir formüldür.

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2 (N - 1) + t^2 pq}$$

N: Ana kitledeki (evren) birey sayısı,

n: Örneklem dahilindeki birey sayısı,

p: İncelenen olayın görülme olasılığı,

q: İncelenen olayın görülmemesi olasılığı (1-p),

t: Belirli serbestlik derecesinde ve anlamlılık düzeyinin belirli durumlarında “t” tablosunda yer alan teorik değer,

d: Olayın görülme sıklığına göre kabul edilen + / - örneklem sapmasını ifade eder.

Araştırma kapsamına alınan hedef kitle sayısı (N) 473 olarak belirlenmiştir. İncelenen olayın görülme olasılığı (p) ile görülmemesi olasılığı (q=1-p), 0,50 olarak alınmıştır. Çalışmada görülme sıklığına göre örneklem sapması (d) %5 olarak ve güven düzeyi ise %95 olarak kabul edilmiştir. Belirlenen güven aralığında ve anlamlılık düzeyinde kabul edilen teorik t değeri, 1.96 olarak kabul edilmiştir (Otrar, 2021). Buradan hareketle, bulunan değerler formülde yerlerine konulduğunda çalışma

için örneklem hacminin yeterli olup olmadığı bulunabilir. Çalışmanın örneklem hacmi aşağıdaki gibi hesaplanmıştır:

$$n = \frac{473 \times (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}{(0,05)^2 \times (473-1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50} = 212$$

Örneklem hacmi hesaplamasında kullanılan formül neticesinde, çalışmanın örneklemini 212 olarak bulunmuştur. Elde edilen bu sonuç, çalışmada yapılacak istatistiki analizlerde verilerin değerlendirilmesi için yeterli bir değer olduğunu söylemek mümkündür.

6.5. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmanın odak noktası, kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerindeki etkisini araştırmaktır. Ayrıca bu iki değişkene aracılık eden entelektüel sermaye ile rekabet avantajının aracılık rolünü tespit etmektir. Çalışmanın odak noktası doğrultusunda verileri elde etmek için anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket, katılımcıların doğru ve tutarlı bir şekilde cevaplayabilmeleri için oldukça sade ve anlaşılır olmasına özen gösterilmiştir.

Çalışmamızın kapsamına ve amacına uygun bir anketin uygulanabilmesi için literatür kapsamlı bir şekilde araştırılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda Jain vd., (2017) tarafından kullanılan anket formunun bu çalışmanın kapsam ve amacına uygun nitelikte olduğuna karar verilmiş ve elde edilecek veriler bu anket formu yoluyla toplanmaya çalışılmıştır.

Anket formu beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin ifadeler, ikinci bölümde kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili ifadeler, üçüncü bölümde entelektüel sermayeye ilişkin ifadeler, dördüncü bölümde rekabet avantajına ilişkin ifadeler ve beşinci bölümde ise finansal performansa ilişkin ifadeler yer verilmiştir. Ayrıca çalışmanın belirlenen hedeflerine ulaşabilmek için kullanılan anket formu, katılımcıların formda yer alan ifadelerle ilişkin katılım düzeylerini ifade etmelerine olanak sağlayacak şekilde 5’li Likert Ölçeği şeklinde sunulmuştur.

Birinci bölümde katılımcıların demografik özellikleri, yaş, cinsiyet, kurumdaki hizmet yılı ve eğitim durumu gibi ifadelerden oluşmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili ifadeler, “çevreye, çalışanlara, müşterilere ve topluma” yönelik faaliyetlere ilişkin toplamda 4 boyut ve 17 ifadeden oluşmaktadır. Entelektüel sermayeye ile ilgili ifadeler, “beşeri (insan), yapısal ve ilişkisel” sermayeye yönelik toplamda 3 boyut ve 12 ifadeden oluşmaktadır. Dördüncü bölümde rekabet avantajı ile ilgili toplamda 4 ifade yer almaktadır. Anket formunun son bölümü ise finansal performans ile alakalı toplam 5 ifadeden oluşmaktadır. Buradan hareketle çalışma kapsamında uygulanan anket formu toplamda 9 boyut ve 42 ifadeden oluşmaktadır. Çalışmada değerlendirilecek verileri sağlamak amacıyla hazırlanan anket, “1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde ölçeklendirilerek katılımcıların görüşlerine sunulmuştur.

6.6. Veri Analiz Teknikleri

Kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerindeki etkisi ve bu iki değişkene aracılık eden entelektüel sermayenin ve rekabet avantajının aracılık rolünü tespit edebilmek için çeşitli istatiki yöntemlere başvurulmuştur. Bu yöntemler arasında “SPSS 23.0 for Windows” istatistik programı ve çok sayıda hipotezin sonucunu test edebilme olanağını sağlayan, yapısal eşitlik modellemesi tekniklerinden biri olan “AMOS 24” programı kullanılmıştır. SPSS programı kapsamında, demografik özelliklerin tanımlanması, güvenilirlik, açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi ve normallik testi gibi analizler yapılmıştır. AMOS 24 programı dahilinde ise, değişkenlere ilişkin doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal model gibi analizler gerçekleştirilmiştir. Çalışmada anket yoluyla elde edilen veriler, yapısal eşitlik modellemesi ile değerlendirilip çalışma kapsamında geliştirilen hipotezlerin geçerli olup olmadığını sağlamak için yapısal (yol) analiz ile tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmada kullanılan analiz tekniklerinden olan yapısal eşitlik modellemesi hakkında genel ve özetleyici bilgilere yer vermek hem araştırmacılar hemde çalışmanın kavramsal bütünlüğünü sağlamak açısından önemli bir yer edinmektedir.

Buradan hareketle yapısal eşitlik modellemesi (YEM) ile ilgili genel olarak bilgi ve kavramlar aşağıda açıklanmaktadır.

6.6.1. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM)

İngilizce adıyla Structural Equation Modeling (SEM) olan ve Türkçe adıyla yapısal eşitlik modellemesi (YEM) olarak literatürde anılan bu analiz yöntemi, günümüzde eğitim bilimlerinde, davranış bilimlerinde, sağlık bilimlerinde, ekonomi, pazarlama ve sosyal bilimlerin birçok alanında kullanılmaktadır. YEM belli bir teoriye dayanarak, gözlenen ve gözlenemeyen değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koyan ve değişkenler arasındaki ilişkilerin nedensel sonuçlarını tanımlayabilen çok yönlü istatistiksel bir analiz yöntemidir (Meydan ve Şeşen, 2015: 5). Denklem sistemi analizi, kovaryans yapı analizi ve moment yapısı analizi olarak da bilinen yapısal eşitlik modellemesi (YEM), Byrne (2010), Bowen ve Guo'ya (2011) göre, açıklanması gereken olgunun teorik yapısını test edebilen doğrulayıcı çok değişkenli bir istatistiksel yöntemdir (Karaman, 2019: 5). YEM'in temeli, teorik olarak oluşturulmuş yapısal modelleri hipotez testleri yoluyla analiz etmektir. Bu yapısal modeller, değişkenler arasındaki nedensel ilişkilere dayanmaktadır. Nedensellik, bir regresyon denklemi şeklindeki eşitlikler ile tanımlanmaktadır. Nedensel ilişkiler sonucunda ortaya çıkan denklemlerin, anlaşılmasını ve kavramsallaştırılmasını kolaylaştırmak için şematik diyagramlar kullanılmaktadır (Çınar, 2019: 179). Buradan hareketle çalışmalarda araştırma yöntemi olarak kullanılan yapısal eşitlik modellemesi kavramı, iki temel süreci kapsamaktadır. Birincisi, araştırma konusu olarak nedensel sürecin bir dizi yapısal denklem (regresyon denklemi) yoluyla ifade edilebilmesi ve ikincisi, bu yapısal ilişkilerin incelenen teorinin net bir şekilde kavramsallaştırmasına imkan verecek şekilde görselleştirilerek (yol analizi) modellenebilmesidir (Karaman, 2019: 5).

Yapısal eşitlik modellemesi (SEM), çok sayıda içsel ve dışsal değişkenin yanı sıra, gözlemlenen değişkenlerin doğrusal kombinasyonları olarak belirtilen gizli (gözlemlenmemiş) değişkenleri işleyebilen bir modelleme tekniğidir (Golob, 2003: 2). Buradan hareketle YEM, aynı anda birden fazla gözlenebilen ve gözlenemeyen değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koyan ve bu ilişkilerin doğrudan veya dolaylı

olarak etkilerini bir bütün olarak tek bir yapısal model içerisinde gösterebilme ve test edebilme olanağına sahip olan analiz yöntemidir.

Hair ve arkadaşlarına (2010) göre, çok değişkenli analizlerin birincil amacı, araştırmada açıklayıcı gücü ve istatistiksel verimliliği artırmaktır. Faktör analizi, varyans analizi, çok değişkenli varyans analizi ve çoklu regresyon gibi analiz teknikleri bir dizi teorik ve pratik soruyu ele almak için kullanılsa da; bu teknikler aynı anda birden fazla ilişkiyi çözmede yetersiz kalmaktadır. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM), bir dizi çoklu bağımlı ilişkiyi aynı anda değerlendiren gelişmiş istatistiksel tekniklerden biridir (Maiyaki, 2012: 9930). Buradan hareketle YEM, aynı anda çok sayıda regresyon analizi olarak değerlendirilebilir (Meydan ve Şeşen, 2015:5, Aslan, 2018:127). Hair ve arkadaşları (1998), YEM'i eş zamanlı olarak birbiriyle etkileşim halinde olan değişkenler arasındaki ilişkiyi tahmin etmek için çoklu regresyon ve faktör analizinin yönlerini birleştiren çok değişkenli bir teknik olarak tanımlarken bu noktayı vurgulamaktadır (Sweeney, 2009: 185).

Yapısal eşitlik modellemesi kapsamında değerlendirilebilen çok sayıda değişken ve bunların arasındaki karmaşık ilişkilerin test edilebilmesi, faktör analizi, varyans analizi ve regresyon analizi gibi çok sayıda geleneksel yöntemler aracılığıyla test edilebilmekte ve değerlendirilmektedir (Erbil, 2017: 3). Fakat yapısal eşitlik modellemesi sahip olduğu bazı özelliklerden dolayı geleneksel analiz yöntemlerinden farklılaşmaktadır. Öncelikle geleneksel analiz yöntemleri, keşfedici/açıklayıcı bir yaklaşımı benimserken yapısal eşitlik modeli ise doğrulayıcı bir yaklaşımı benimsemektedir. Dolayısıyla geleneksel analiz yöntemleri, çalışma verileri kapsamında ele alınan değişkenler arasındaki ilişkileri keşfetmeye çalışırken, YEM ise, kurumsal olarak daha önceden test edilmiş ve güvenilirlik ile geçerliliği onaylanmış veriler kapsamında ilişkileri doğrulamaya çalışmaktadır. Klasik analiz yöntemlerinde değişkenler arasındaki ilişkilerde ölçüm hataları dikkate alınmaz ve bu hataların düzeltilmesi için herhangi bir hesaplama yeteneğine sahip değilken, YEM, araştırmalarda gözlenen ve gözlemlenemeyen değişkenlerin hata varyanslarını net bir şekilde hesaplayarak açıklayabilmektedir. Ayrıca YEM, bir ölçüm veya yapısal modelde hem gözlenen hem de gözlemlenemeyen değişkenler üzerinde test yaparak sonuçlar üretebilirken, klasik analiz yöntemleri ise, sadece gözlenen değişkenleri dikkate alarak bu değişkenler üzerinde işlem yapabilmektedir (Meydan ve Şeşen,

2015:6, Karaman, 2019:6). Buradan hareketle YEM'in sahip olduğu bu üstün özellikler, geleneksel analiz yöntemlerinden önemli dercede farklılaştığını söylemek mümkündür. YEM'in eğitim, psikoloji, ekonomi ve sağlık gibi çok sayıda bilim alanında ün kazanması ve popüler hale gelmesi sahip olduğu bu üstün özelliklerden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Yukarıda ifade edildiği üzere, zor ve karmaşık modelleri test edebilme ve bu modellerde bulunan gözlemlenebilen ve gözlemlenemeyen değişkenler arasındaki doğrudan veya dolaylı ilişkileri açık bir şekilde hesaplayabilme yeteneğinden dolayı YEM, son yıllarda araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılmaya başlanmış, giderek daha fazla yaygınlaşmaya devam etmektedir (Khine, 2013:13; Aslan, 2018:127; Meydan ve Şeşen, 2015:6) Bunlara ek olarak yapısal eşitlik modellemesinde kullanılan yazılım programlarının kullanıcı dostu olması da bu yöntemi yaygın olarak kullanımını sağlayan diğer önemli bir etkidir (Karaman, 2019: 6).

Yapısal eşitlik modellemesinin tarihsel süreci incelendiğinde, üç önemli aşamadan oluştuğunu söylemek mümkündür. Regresyon modeli ile çalışmaların ortaya çıkması, ardından araştırmalarda değişkenlerin faktör yükünün hesaplanmasında kullanılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve daha sonra değişkenler arasında ilişkilerin diagramlarla ifade edildiği yol analizi yapısal eşitlik modellemesinin gelişimindeki adımları oluşturduğunu söylemek mümkündür.

YEM'in temeli, Galton tarafından 1889'da insan genetiği üzerine yaptığı araştırmayla atılmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel fonksiyonlarla tanımlanmasıyla YEM'in ilk adımı olan regresyon analizinin kullanılmaya başlanmasını sağlamıştır (Aslan, 2018: 126). Ayrıca Karl Pearson (1896) tarafından değişkenler arasındaki ilişkinin karşılaştırılmasıyla standart bir değer olarak ortaya konulması YEM'in başlangıç temelinde önemli bir yer edindiğini söylemek mümkündür (Karaman, 2019: 7).

1930 ve 1940'lı yıllarda Thurstone ve Lawley tarafından yapılan çalışmalar doğrultusunda, gözlemlenen değişkenler aracılığıyla yapısal modeller ortaya konmuş ve günümüzde araştırmaların çoğunda sıklıkla kullanılan anket ölçeklerinin geliştirilmesine olanak sağlamıştır (Meydan ve Şeşen, 2015: 7).

Doğrulamalı faktör analizinin (DFA) temeli, Howe (1955), Anderson ve Rubin (1956) ve Lowley (1958)'in çalışmalarına uzanmaktadır. Bu çalışmalar ile DFA kapsamında faktör analizlerin tek bir faktör altında değil, çok sayıda faktör altında toplanmasını sağlayarak, faktör analizinin gelişimini sağlamıştır. Özellikle Karl Jöreskog (1969) tarafından yapılan çalışma, DFA'nın gelişimine önemli bir katkı sağlamıştır. Jöreskog (1969) makalesinde faktör analizinin ölçüm güçlerini yol analizinin regresyon modelleme gücüyle birleştirerek yapısal eşitlik modellemesinin önemli yapı taşlarından birisini tamamlamıştır. Uzun yıllardır araştırmacılar tarafından kullanılan ve günümüzde halen yaygın olarak kullanılmaya devam eden DFA, ölçüm modellerinin çalışılmak istenen örneklemeler üzerinde doğrulanıp doğrulanmadığı test edebilme olanağını sağlayan kapsamlı bir faktör analizidir (Meydan ve Şeşen, 2015: 7).

Son yıllarda YEM analizi yapmak için birçok farklı yazılım geliştirilmiştir. Bu yazılımlar içerisinde günümüzde halen araştırmalarda yoğun olarak kullanılan YEM alanında ilk yazılım olan LISREL gelmektedir. LISREL, 1972'de Jöreskog'un ilk bilgisayar tabanlı projesiydi (Tarka, 2018: 318). LISREL'in yanı sıra, yapısal eşitlik modellemesinde kullanılan diğer yazılımlar; EQS (Bentler 1985), MPLUS olarak yeniden adlandırılan LISCOMP (Muthén 1987 ; Muthén ve Muthén 1998), AMOS (Arbuckle ve Wothke 1999) ve LAVAAN (Rosseel) gibi birçok yazılım paketi bulunmaktadır. Tüm bu yazılım paketlerinin ortak avantajı, araştırmalarda değerlendirilen verileri oldukça hızlı bir şekilde hesaplayabilme, analiz edilen değişkenler arasındaki korelasyonları mevcut olasılıklarla birlikte daha kesin olarak doğrulamaya izin vermeleri ve değişkenler arasında neden-sonuç ilişkilerini test edebilme olanağı sağlamalarıdır (Tarka, 2018: 319).

Yapısal eşitlik modellemesinde, araştırmacılar tarafından ölçüm modelleri ve bu modeller kapsamında yapısal modeller tahmin edilerek geliştirilmektedir. Tahmin edilen modellerin geçerlilik ve güvenilirlik sağlayabilmeleri açısından araştırmacılar tarafından test edilmeleri gerekmektedir. YEM'de önceden tahmin edilen ölçüm ve yapısal modellerinin güvenilirlik ve geçerlik kazanması uyum iyiliği endeksleri ile sağlanabilmektedir.

Uyum iyiliği endeksleri (Goddness of fit indices) ve eşik değerleri: Yapısal eşitlik modellemeleri kapsamında ölçüm modellerinde veya yapısal modellerde ortaya çıkan tüm parametre veya göstergelerin anlamlı çıkması, ortaya çıkan modellerin kabul edilebilir olması açısından yeterli bir ölçüt değildir. YEM’de tüm modellerin kabul edilebilir bir özellik kazanabilmesi için literatürde yer alan uyum iyiliği endekslerinin kabul gören değerleri arasında olması gerekmektedir (Akdağ, 2012).

Araştırmacılar tarafından kullanılan yapısal eşitlik modellemesi uygulamalarında test edilen modellerin, bir bütün olarak araştırma kapsamında toplanan verilerle ne derece uyum gösterip göstermediği yapılan analizler sonucunda ortaya çıkan uyum iyiliği değerlerine bakılarak karar verilebilmektedir. Bu nedenle bu değerler, bir teorinin ampirik bir veriye ne kadar uygun olduğuna dair en temel değerlendirmeyi sağlar. Uyum iyiliği değerleri, bir modelin reddedilmesini ve kabul edilmesini sağlayan aşamadır. Her ne kadar literatürde kabul gören uyum iyiliği endeksleri ve eşik değerleri olsada, bu endeksler ve eşik değerleri konusunda halen araştırmalar ve gelişimler devam etmektedir (Çınar, 2019: 202).

Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde, çeşitli ve çok sayıda uyum iyiliği endeksleri ile karşılaşılmaktadır. Ancak YEM analizleri kapsamında modellerin test edilmesinde kullanılan bu uyum endeksleri ve değerleri konusunda tam bir görüş birliği olduğunu söylemek mümkün değildir. Literatürde çalışmalarda sıklıkla karşılaşılan ve araştırmacılar tarafından en çok tercih edilen uyum iyiliği endeksleri ve eşik değerleri aşağıda Tablo 6.1’de yer almaktadır.

Tablo 6. 1. YEM’de Kullanılan Uyum İyiliği Endeksleri ve Değerleri

Endeks	Açıklama	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir değerler
χ^2 (ki kare)	Tahmin edilen model ile veriler arasındaki uyumu test eder. Bu değer anlamsız olması, örneklem kovaryansları ile önerilen model arasında benzerlik olduğu anlamına gelir.	P>0,05 (anlamsız olmalı)	

χ^2/df	χ^2 değeri örneklem hacmine duyarlı olduğundan, önerilen istatistik değerlerin dışına çıkma eğilimi göstermektedir. Dolayısıyla serbestlik derecesinde (df) hesaba katılmasıyla oluşan bu oran, model ile veriler arasında daha iyi uyum değerlerini elde edilmesini sağlamaktadır.	≤ 3	$3 \leq \chi^2/df \leq 5$
RMSEA	Önerilen modelin örneklem kovaryansı ile ne derecede uyumlu olup olmadığını gösterir. Serbestlik derecesinde hesaba katar.	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$
SRMR	Evren ile örnekleme ait kovaryans matrisleri arasındaki artık kovaryansları sınar.	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$
CFI	Örneklem büyüklüğü ile serbestlik derecesini hesaba katarak test edilen modele göre karşılaştırmasını yapar.	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
GFI	Örneklem büyüklüğünden bağımsız bir şekilde, model uyumunu test eder.	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$
NFI	CFI'den farklı bir şekilde X^2 dağılımının gerektirdiği koşullara bağlı kalmaksızın karşılaştırma imkanı sağlar.	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
NNFI	NFI'nın serbestlik derecesini dikkate alacak şekilde hesaplama yapar.	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
AGFI	GFI'nın serbestlik derecesini dikkate alarak hesaplama yapar.	$\geq 0,95$	$\geq 0,80$
IFI	Modelin karmaşıklık derecesi ile örneklem büyüklüğünü dikkate alarak modelin uyumunu test etmeye çalışır.	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
AGFI (Uyarlanmış uyum iyiliği endeksi-Adjusted Goodness of Fit Index); CFI (Karşılaştırmalı uyum endeksi-Comparative Fit Index); GFI (Uyum iyiliği endeksi-Goodness of Fit Index); NFI (Normlandırılmış uyum endeksi-Normed Fit Index); NNFI (Normlandırılmamış uyum endeksi-Nonnormed Fit Index); RMSEA (Ortalama hata karakök yaklaşımı- Root Mean Square Error of Approximation); SRMR (Standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü-Standardized Root Mean Square Residual); IFI (Artırmalı Uyum Endeksi-Incremental Fit Index); df (Serbestlik derecesi-Degree Of Freedom)			

Kaynak: İlhan, Çetin ve Bars, 2013:23; Meydan ve Şeşen, 2015:37; Ocak, 2020:25; Karaman, 2019:30; Gürbüz, 2019:35; Etlioğlu ve Tekin, 2020:39.

Yukarıda Tablo 6.1'de yer alan uyum endeksleri içerisinde en eski olan ve yaygın bir şekilde kullanılan uyum iyiliği endeksi AMOS programında *CMIN* (minimum discrepancy) olarak geçen Ki Kare (χ^2) uyum iyiliği değeridir. Ki kare değerinin anlamsız bir sonuç vermesi gerekmektedir. Hair vd., (1988) ve Tabachnick ve Fidell (2007) göre, χ^2 değerinin anlamsız olması örneklem kovaryans matrisi ile önerilen model kovaryans matrisi arasında anlamlı fark olmadığını ve dolayısıyla modelin uyumlu olduğunu ifade etmişlerdir (İlhan ve Çetin, 2014: 30). Diğer bir ifadeyle, bu değer anlamlı olması, önerilen modelin araştırmada kullanılan veriler ile desteklenmediğini ifade etmektedir (Gürbüz, 2019: 33).

Yaklaşık olarak 75 ile 200 örnekleme sahip modeller için ki kare testi genellikle makul bir uyum ölçüsüdür. Fakat daha fazla örnekleme sahip (200'den fazla), modeller için ki kare uyum iyiliği değeri genellikle her zaman istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç vermektedir. Bu doğrultuda ki kare uyum iyiliği değeri örneklem boyutuna oldukça duyarlıdır (Kenny, 2020). Bu nedenle Ki kare (χ^2) değerine alternatif uyum ölçütleri geliştirilmiştir. Bunların başında serbestlik derecesinde hesaba katılmasıyla hesaplanan χ^2/df uyum iyiliği değeridir. Örneğin Marsh ve diğerleri (2004), araştırmalarda kullanılan örneklem hacminin 50'nin üzerindeyse Ki kare (χ^2) uyum iyiliği değeri yerine χ^2/df oranının hesaplanmasının daha doğru olacağını ifade etmiştir (Doğan M. , 2013: 24).

Yapısal eşitlik modellemesinde önerilen ölçüm veya yapı modellerin çoğu, farklı uyum iyiliği endekslerinin çoğunda hatta hepsinde tutarlı sonuçlar verdiğini söylemek mümkündür (Tabachnick ve Fidell, 2015: 725). Fakat hangi uyum endekslerinin raporlanmasına ilişkin olarak, literatürde araştırmacılar tarafından kullanılan her endeksin araştırma raporlarına dahil edilmesi hem okuyucuya hem de hakeme yada jüriye anlam karmaşası yaratacağından gerekli veya gerçekçi değildir (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008: 56). Buradan hareketle, literatürde sıklıkla kullanılan uyum iyiliği endeks değerleri üzerinde araştırmacılar tarafından bir görüş birliği olmadığı gibi, araştırmalarda hangi uyum iyiliği değerlerinin raporlanacağı konusunda da bir ortak bir görüş bulunmamaktadır (Gürbüz, 2019: 36).

Meydan ve Şeşen (2015:38), yapılan bütün araştırmalarda Ki kare (χ^2) değeri, serbestlik derecesi (sd-df), iyilik uyum endeksinin (GFI,AGFI) mutlaka raporlanması gerektiğini savunmaktadır. Yapısal eşitlik modellemesinde en fazla atıfta bulunan araştırmacılar arasında yer alan Hu ve Bentler, GLS ve ML hesaplama yöntemiyle yapılan analizlerde, SRMR'nin yanı sıra CFI, NFI, TLI yada RMSEA uyum endekslerinden birisinin raporlanması konusunda önerilerde bulunmuşlardır (Gürbüz, 2019: 36). Ayrıca Ocak (2020:25) kitabında yer alan uygulamalı örnekler neticesinde sadece, χ^2/df , GFI, CFI, NFI-TLI, RMSEA uyum iyiliği endekslerinin raporlandığını görmek mümkündür. Hair ve arkadaşlarına (2010) göre, araştırmalarda, karşılaştırmalı uyum endekslerinden (NFI, NNFI, IFI, CFI, RMSEA), mutlak uyum endekslerinden (GFI, AGFI) ve artık temelli uyum endekslerinden (RMR, SRMR) en az birer endeks olacak şekilde raporlanması gerektiğini belirterek öneride bulunmuştur (Azman, 2017:

25). McDonald ve Ho (2002) tarafından yapılan bir incelemede, araştırmalarda en yaygın olarak rapor edilen uyum indekslerinin CFI, GFI, NFI ve NNFI olduğunu belirtmişlerdir (Hooper vd. 2008: 56). Yapılan açıklamalar doğrultusunda YEM analizlerinde araştırmacıların hangi uyum iyiliği endeklerinin raporlanacağı konusunda herhangi bir görüş birliğine sahip olmadıkları açıkça anlaşılmaktadır.

6.7.Araştırmanın Güvenilirliği ve Geçerliliği

Geliştirilen veya geliştirilmiş ölçeklerin yapılacak olan araştırmalar için güvenilirliğini ve geçerliliğini test etmek hayati bir öneme sahip olan aşamalardan biridir (Sweeney, 2009: 205). Araştırmanın amacına uygun olması için, çok değişkenli istatistiksel analizlere geçmeden önce, araştırmada kullanılan ölçekte yer alan maddelerin yapılan araştırmanın konusu ve amacıyla ilgili, tutarlı ve anlaşılır olması oldukça önemlidir. Ayrıca araştırmaların doğruluğunu kolaylaştırmak için ölçekte yer alan maddelerin sayıca yeterli olup olmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir (Kalaycı, 2010: 403). Bu doğrultuda güvenilirlik ve geçerlilik, araştırmanın kalitesini değerlendirmek için kullanılan önemli kavramlardır. Bir yöntemin, tekniğin veya testin bir şeyi ne kadar iyi ölçtüğünü bulmak bu kavramlar aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Güvenilirlik bir ölçünün tutarlılığı ile ilgili iken; geçerlilik ise bir ölçünün doğruluğu ile ilgilidir. Güvenilirlik ve geçerlilik yakından ilişkili kavramlardır. Fakat ifade ettikleri olgular farklıdır. Araştırmalarda kullanılan bir ölçek, geçerli olmadan da güvenilir olabilir. Başka bir ifadeyle güvenilir olan bir ölçeğin geçerli olduğu anlamı taşımamaktadır (Middleton, 2021).

Güvenilirlik kavramı, bir araştırmada kullanılan ölçeğin veya testin istikrarlı ve tutarlı sonuçlar üretme derecesini ifade eder. Başka bir deyişle, güvenilirlik, yapılan bir ölçümün tutarlı olmasının bir ifadesidir. lm veya test farklı yerlerde uygulansa bile aynı sonucu vermelidir (akmur, 2012: 340). Araştırmalarda kullanılan güvenilirlik analizleri, bir ölçeğin yada testin güvenilir olup olmadığını ortaya koyan geliştirilmiş bir yöntemdir (Elitok, 2019: 116). Güvenilirlik, araştırmalar kapsamında yapılan analizler sonucunda elde edilen sonuçların yorumlanmasında ve ayrıca gelecekte yapılacak analiz veya ölçeklerin güvenilir bir değer kazanması açısından temel bir işlev görmektedir (Pala, 2020: 93-94). Araştırmalarda uygulanan bir ölçeğin

güvenilirliğini analiz edebilmek için farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemler, test-tekrar test güvenilirliği, iç tutarlılık güvenilirliği, gözlemciler arası güvenilirlik ve paralel formlar güvenilirliği olmak üzere dört grup altında incelenmektedir (Çakmur, 2012: 340). Yapılan bu çalışma kapsamında değerlendirilen verilerin güvenilirliğinin test edilmesinde iç tutarlılık güvenilirlik analizi kullanılmıştır.

İç tutarlılık analizi, tek bir seferde ölçek maddelerinin belli bir kavramsal yapıyı tutarlı şekilde ölçüp ölçmediğini araştıran bir güvenilirlik analizi türüdür (Çakmur, 2012: 340). İç tutarlılık analizinde literatürde yaygın bir şekilde kullanılan yöntemlerin başında Cronbach Alfa katsayısı gelmektedir. 1951 yılında adında anlaşılacağı üzere Lee Cronbach tarafından ortaya atılmış bir analiz yöntemidir. Genellikle likert tipli ölçeklerde kullanılması daha güvenilir sonuçlar vermektedir (Yıldız ve Uzunsakal, 2018: 15). Cronbach Alfa katsayısı, bir ölçeğin homojen bir yapıya sahip olup olmadığını ve ölçek maddelerinin birbiriyle tutarlı bir şekilde aynı yapıyı ölçüp ölçmediğini ortaya koyan bir iç tutarlılık analiz yöntemidir (Pala, 2020:94; Çakmur, 2012:430).

Araştırmalarda genellikle iç tutarlılık analizinde kullanılan yöntemlerin başında Cronbach Alfa katsayısının geldiğini yukarıda ifade etmiştik. Fakat Cronbach Alfa katsayısı kullanılırken bazı sorunlar ile karşılaşmaktadır. Bu sorunların başında Cronbach Alfa katsayısının ölçeklerde bulunan madde (ifade) sayısına oldukça duyarlı olması gelmektedir. Madde (ifade) sayısının fazla olduğu durumlarda alfa katsayısı yüksek çıkmakta ve bu durum değişkenler arasındaki ortalama korelasyonun düşük çıkmasına neden olmaktadır. Buradan hareketle, Hair vd. (2014), iç tutarlılık analizinde Cronbach Alfa katsayısına alternatif olarak araştırılmalarda bileşik güvenilirlik (Composite Reliability/CR) değerinde hesaplanması gerektiğini önermiştir (Zorlu ve Korkmaz, 2020:207; Pala, 2020:94). Netemeyer (2003) göre bileşik güvenilirlik (Composite Reliability-CR), Cronbach Alfa'ya benzer şekilde, ölçek maddelerindeki iç tutarlılığın bir ölçüsü olarak ifade edilir. Fakat Cronbach Alfa ile karşılaştırıldığında, gerçek güvenilirliğin sağlanmasında daha yüksek tahminlere yol açtığını söylemek mümkündür (Glen, 2016). Shook, Ketchen, Hult ve Kacmar (2004) bileşik güvenilirlik değerinin, araştırmalarda güvenilirlik analizlerinde kullanılmasının daha iyi bir tercih olduğunu ifade etmeleri bu durumu desteklemektedir (Kement ve Çavuşoğlu, 2017: 184).

Bileşik güvenilirlik analizi, çok sayıda, birbirine benzer ve heterojen bir yapıya sahip olan ifadelerin veya maddelerin güvenilirliğini ölçmek amacıyla başvurulmuş bir iç analiz türüdür (Yaşlıoğlu, 2017: 82). Son yıllarda bileşik güvenilirlik, ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem daha çok doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile kullanılması daha çok tercih edilmektedir. Cronbach Alfa katsayısı ise, ortalama iç tutarlılık ve madde (ifade) güvenilirliğinin bir ölçüsü olarak kabul edilmektedir. Bu katsayı, literatürde daha çok açıklayıcı faktör analizi (AFA) ile kullanılması daha çok tercih edilmektedir (Majumder, 2019). Bu çalışmada Cronbach Alfa katsayısı açıklayıcı faktör analizi (AFA) ile birlikte değerlendirilmiş, bileşik güvenilirlik (Composite Reliability/CR) ise doğrulayıcı faktör analizi ile birlikte değerlendirilmiştir.

Cronbach Alfa katsayısı literatürde 0 ile 1,00 arasında değerler almaktadır. Cronbach Alfa katsayısına ilişkin literatürde genel kabul görmüş değerler ve güvenilirlik düzeyleri aşağıda Tablo 6.2’de gösterilmiştir.

Tablo 6. 2. Cronbach Alfa Değerleri ve Güvenilirlik Düzeyleri

Değer	Düzye	Yorum
$0 < \alpha < 0,40$	Kabul edilemez	Ölçek güvenilir değildir.
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Zayıf	Ölçek düşük güvenilirliktedir.
$0,60 \leq \alpha < 0,70$	Kabul edilebilir	Ölçek orta güvenilirliktedir.
$0,70 \leq \alpha < 0,90$	İyi	Ölçek oldukça güvenilirdir (literatürde genel kabul görmüş değer aralığı).
$0,90 \leq \alpha \leq 1,00$	Mükemmel	Ölçek yüksek güvenilirliktedir.

Kaynak: (Yıldız ve Uzunsakal, 2018:19).

Bileşik güvenilirlik (CR= Composite Reliability) değerleri, Cronbach Alfa değerleri gibi 0 ile 1,00 arasında değişir ve bir faktör veya modelin 1,00 değerini alması mükemmel güvenilirliğin göstergesi olarak kabul edilir. Literatürde araştırmacılar tarafından bileşik güvenilirlik değerlerinin yorumlanması farklılık göstermektedir. Örneğin; Höck ve Ringle (2006:15) bileşik güvenilirlik değerinin, keşfedici veya açıklayıcı faktör analizlerinde 0,60’a eşit veya daha büyük bir değerde olması gerektiğini ifade etmişlerdir. Henseler, Ringle ve Sarstedt (2012:269), doğrulayıcı faktör analizlerinde bileşik güvenilirlik değerinin 0,70’e eşit veya daha

üstü bir değer olması gerektiğini ifade ederken; Daskalakis ve Mantas (2008: 288) ise, doğrulayıcı faktör analizlerinde bileşik güvenilirlik değerinin 0,80'e eşit veya daha üstü bir değer olması iyi kabul gören güvenilirlikte olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca Bagozzi ve Yi (1988:80), bileşik güvenilirlik değerleri için 0,6'dan büyük değerlerin ölçek güvenilirliği için tatmin edici bir sınır olduğunu açıklamışlardır. Yapılan bu açıklamalar doğrultusunda bileşik güvenilirlik (CR) değerinin 0,70 ve üzeri ($CR \geq 0,70$) olması literatürde genel olarak kabul görmüş ve araştırmalarda sıklıkla güvenilirlik sınırı olarak raporlarda değinilen bir değer olduğunu söylemek mümkündür (Yaşlıoğlu, 2017: 82).

Geçerlilik kavramı, ilk olarak Garret (1937) tarafından tanımlanmıştır. Garret'e (1937) göre geçerlilik, ölçülmek istenen bir özelliğin veya olgunun, amacına uygun bir şekilde ölçülme derecesi olarak tanımlanmıştır. Buradan hareketle, geçerlilik, ölçülmek istenen bir özelliğin doğru bir şekilde ölçülüp ölçülmediğini gösterir (Çakmur, 2012: 442). Başka bir ifadeyle geçerlilik kavramı, bir ölçme aracının ölçmeye çalıştığı özelliği, başka hiçbir özellik ile karıştırılmadan ve diğer özelliklerden etkilenmeden doğru olarak ölçebilme derecesidir. Başka bir tanıma göre, belirli alanlara veya örneklemelere uygulanan test, ölçme araçları yada yapısal modellerden elde edilen sonuçların yeterliliği olarak tanımlanabilir (Akdağ, 2012: 69).

Yapılan araştırmanın özelliklerine, araştırmanın kapsadığı alana ve bu alanın iç yapısına göre geçerlilik türleri farklılık göstermektedir (Akdağ, 2012: 69). Literatürde geçerlilik analiz türleri, içerik geçerliliği, ölçüt geçerliliği, yapısal geçerlilik ve varsayımsal geçerlilik olmak üzere dört gruba ayrıldığını söylemek mümkündür (Aslan, 2018:128-129). Bu çalışmada sosyal bilimler alanında en çok tercih edilen geçerlilik türlerinden olan yapısal geçerlilik tercih edilmiştir (Akdağ, 2012: 69).

Yapı geçerliliği, bir testin veya ölçüm modelinin ölçmesi gereken değişkeni ne kadar iyi ölçtüğünü belirlemek için kullanılan bir geçerlilik analizi türüdür. Başka bir ifadeyle, belirli bir kavramsal yapıya veya belli bir davranış alanına ilişkin ölçüm veya testlerin geçerlilik kazanabilmesi için uygulanan bir yöntemdir. Yapı geçerliliğinde amaç, araştırmalarda kullanılan veriler ölçmek istediği değişkenleri ölçüyor mu? sorusuna cevap vermektir. Yapısal geçerliliği kanıtlamak için kullanılan belli bazı

yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemler arasında, dış testler, grup farklılıkları ve faktör analizi gibi yöntemler bulunmaktadır (Çakmur, 2012: 342-343). Bu çalışmada, yapısal geçerliliği test etmek için faktör analizi yöntemi tercih edilmiştir.

Faktör analizi, araştırma kapsamında kullanılan veriler ile daha kolay çalışılabilmesi için çok sayıda değişkeni daha az sayıda faktöre indirmek üzere kullanılan bir tekniktir. Faktör analizi kapsamında, açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi olmak üzere iki farklı yöntem kullanılmaktadır (Pala, 2020: 95).

Açıklayıcı faktör analizi (AFA), felsefi ve istatistiksel ilkelere dayanan açıklayıcı faktör analizi (AFA), ilk olarak Spearman (1904) tarafından uygulanmış ve hızla teorilerin değerlendirilmesinde ve ölçüm araçlarının geliştirilmesinde temel bir araç haline gelmiştir (Watkins, 2018: 220). Edwards ve Bagozzi (2000) tarafından belirtildiği gibi, yapılar ve onların gösterge değişkenleri arasındaki ilişkiler önemlidir; çünkü bu ilişki, kuramsal yapıların üzerine teorilerin geliştirilmesine ve bu teorilerin anlamlı bir şekilde test edilmesine olanak sağlamaktadır (Edwards ve Bagozzi, 2000: 155). Buradan hareketle, açıklayıcı faktör analizi (AFA), gözlemlenen değişkenleri ayrıntılı bir şekilde açıklayabilen, en az sayıda varsayımsal yapıyı (faktörler, boyutlar veya gizli değişkenler) belirlemeye çalışan çok değişkenli istatistiksel bir yöntemdir. AFA, faktör analizi dahilinde genel amacı, çalışmalarda ölçülen değişkenler arasındaki temel ilişkileri ortaya koyan bir tekniktir (Watkins, 2018: 220). AFA yapılmadan önce örneklem kümesinden toplanan veri setlerinin faktör analizine uygun olup olmadığının test edilmesi gerekmektedir. Verilerin normal dağılması, değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olması ve Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testlerinin kabul edilen değerlerde olması veri setlerinin AFA'ya uygunluğunu tespit etmeye yarayan yöntemlerdir (Pala, 2020: 95).

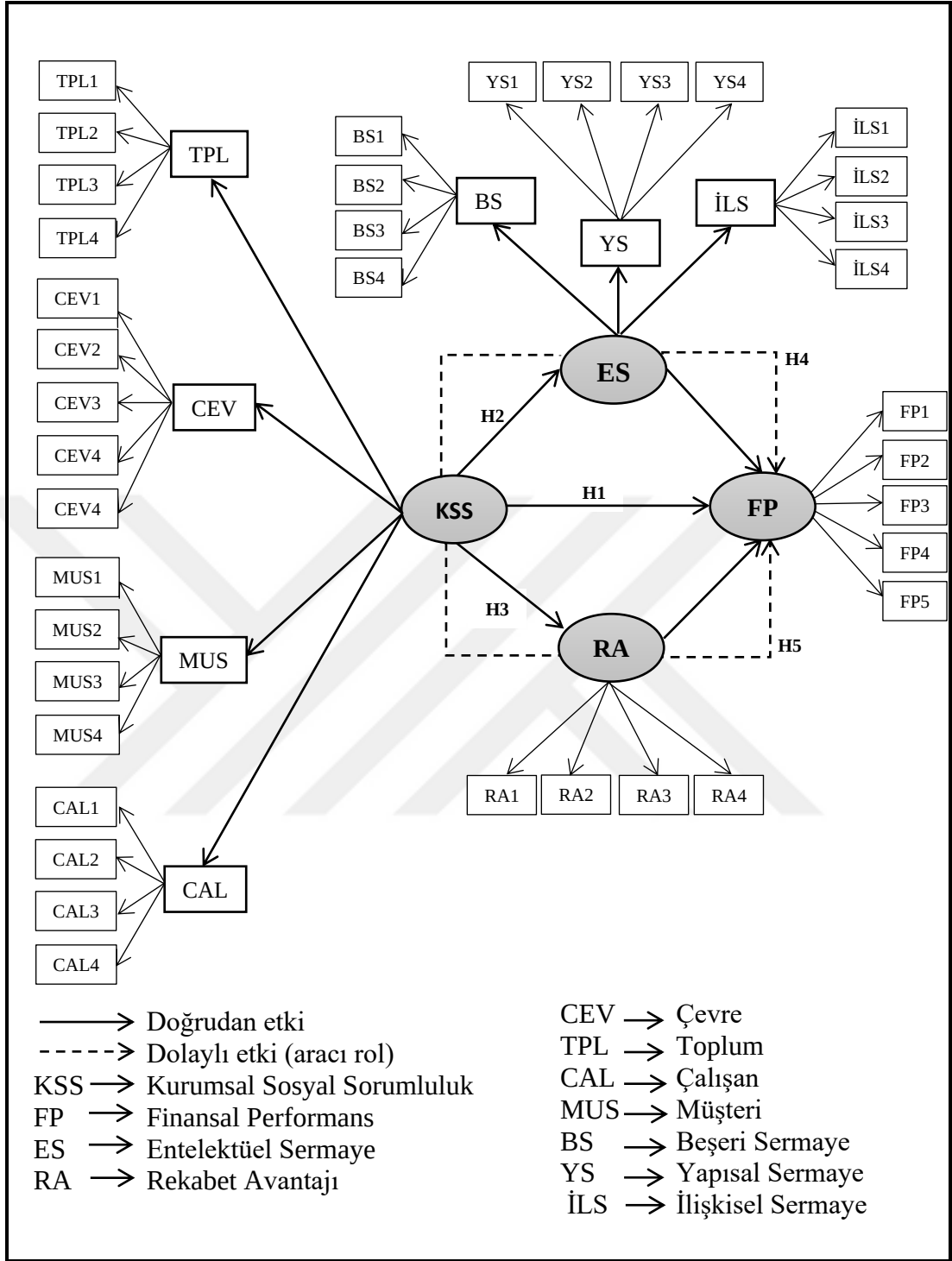
Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), AFA'dan farklı olarak, daha önce keşfedilen ölçeğin farklı bir örnekte benzer olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan faktör analizi türüdür (Meydan ve Şeşen, 2015: 21). DFA'da, araştırmacılar verilerde gerekli olan faktör sayısını ve hangi ölçülen değişkenin hangi gizil değişkenle ilişkili olduğunu belirleyebilirler. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), ölçüm teorisini doğrulamak veya reddetmek için kullanılan bir araçtır.

Araştırmalarda kullanılan ölçeklerin bazı özellikleri psikometrik yapılarından dolayı farklı yapı ve faktörlerden oluşabilmektedir. Buradan hareketle, kullanılan ölçeklerin bazıları tek faktörlü bir yapıda daha iyi çalışırken; bazıları ise çok faktörlü bir yapıda daha iyi çalışabilmektedir. Dolayısıyla doğrulayıcı faktör analizinde, tek faktörlü ölçüm modeli, birinci düzey çok faktörlü ölçüm modeli ve ikinci düzey ölçüm modeli olmak üzere sınıflandırılabilir. Buradan hareketle veri setleriyle farklı ölçüm modelleri test edilmekte ve teori ile en iyi uyumu gösteren ölçüm modelinin yapısal modelde kullanılması daha gerçekçi sonuçlara yol açacağından tercih edilmelidir (Gürbüz, 2019: 53-56).

6.8.Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma modelini oluşturan değişkenlere ait tanımlayıcı açıklamalar, farklı bakış açıları ile değerlendirilmesi ve çeşitli kavramlar ile ilişkilendirilmesi daha önceki bölümlerde geniş olarak yer verilmiştir. Ayrıca bu değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkilerine ve bu ilişkilerin yarattıkları etkiler daha önceki “literatür taraması bölümünde” detaylı bir şekilde irdelenmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda;

Araştırmanın kapsamına ve amacına uygun olarak, kurumsal sosyal sorumluluk ve finansal performans arasındaki ilişkiyi incelemek için kavramsal bir model geliştirilmiştir. Ayrıca bu modelde KSS ve FP arasındaki ilişkiye aracılık eden entelektüel sermaye ve rekabet avantajı modele aracı değişkenler olarak dahil edilmiştir. Araştırma modeli aşağıda şekildeki gibidir.



Şekil 6. 1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli, kurumsal sosyal sorumluluk, entelektüel sermaye, rekabet avantajı ve finansal performans olmak üzere dört temel değişkenden ve bu değişkenlerin alt boyutlarından oluşmaktadır. Araştırma modeli ve hipotezler geliştirilirken alan yazınında yapılan ampirik ve teorik çalışmalardan yararlanılarak

geliştirilmiştir. Bu araştırma kapsamında geliştirilen araştırma modelinin en önemlisi özelliği, önceki çalışmalardan yararlanılan ölçeklere ve hipotezlere dayandırılmasıdır (Çınar, 2019: 242). Bu açıklamalar doğrultusunda, araştırma modeli kapsamında geliştirilen alternatif hipotezler Tablo 6.3'teki gibi gösterilmektedir.

Tablo 6. 3. Araştırma Hipotezleri

Hipotez Kodu	Tanımlama
H1	Kurumsal sosyal sorumluluğun finansal performans üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi vardır.
H2	Kurumsal sosyal sorumluluğun entelektüel sermaye üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi vardır.
H3	Kurumsal sosyal sorumluluğun rekabet avantajı üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi vardır.
H4	Kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasında entelektüel sermayenin aracılık rolü vardır.
H5	Kurumsal sosyal sorumluluk ile finansal performans arasında rekabet avantajının aracılık rolü vardır.

6.9.Araştırma Bulguları

Bu bölümde alan uygulamasına katılan katılımcıların ölçekte yer alan ifadelere ilişkin verdikleri yanıtlar doğrultusunda, çalışmanın amacına ve kapsamına uygun olarak gerekli analizler yapılmış ve değerlendirilmiştir.

6.9.1. Demografik Özelliklere İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

Araştırma evrenine dahil edilen işletmelerin faaliyette bulundukları sektörlerle ilişkin bilgiler Tablo 12'de yer almaktadır. Araştırma kapsamında yer alan her işletmenin ekonomik faaliyetine ilişkin bilgiler, Birleşmiş Milletler-Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması (ISIC Rev.2)'na ilişkin ekonomik faaliyet kodu doğrultusunda sınıflandırılmıştır. Araştırma kapsamındaki işletmelerin ISIC. Rev.2 ekonomik faaliyet kodları, İstanbul Sanayi Odası web sitesinden temin edilmiştir (<https://www.iso.org.tr/>, 2021).

Tablo 6. 4. İşletmelerin Faaliyette Bulundukları Sektörler

Sektör Adı	Araştırmaya Katılım Sağlayan İşletmeler		Örneklem Hacmi	Geri Dönüş Oranı
	N (220)	Yüzde (%100)	N (473)	Yüzde (%100)
Madencilik ve Taşocakçılığı	4	1,8	12	33,3
Gıda Maddeleri Sanayi	39	17,7	94	41,5
İçki (Alkollü ve Alkolsüz) ve Tütün İşleme Sanayi	4	1,8	10	40,00
Dokuma Sanayi	21	9,6	40	53,00
Giyim Eşya Sanayi	8	3,6	16	50,00
Ağaç, Mobilya ve Mefruşat Sanayi	5	2,3	10	50,00
Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sanayi	4	1,8	17	23,50
Ana Kimya Sanayi	7	3,2	15	46,7
Diğer Kimyasal Ürünler Sanayi	10	4,6	22	45,6
Petrol Ürünleri Sanayi	3	1,4	5	60,0
Lastik Ürünleri Sanayi	5	2,3	8	63,0
Plastik Ürünler Sanayi	6	2,7	11	54,6
Taş ve Toprağa Dayalı Diğer Sanayi	9	4,1	18	50,0
Demir-Çelik Ana Metal Sanayi	26	11,8	50	52,0
Demir-Çelik Dışında Ana Metal Sanayi	9	4,1	18	50,0
Metal Eşya Sanayi	8	3,6	17	47,1
Makine Sanayi (Elektrikli Olanlar Hariç)	5	2,3	11	45,5
Elektrik Makineleri, Aletleri ve Cihazları Sanayi	21	9,6	44	47,8
Taşıt Araçları Sanayi	22	10,0	49	44,9
Diğer İmalat Sanayi	4	1,8	6	66,7

Araştırmaya katılım sağlayan işletmelerin faaliyet alanlarına ilişkin bilgiler Tablo 6.4’te yer almaktadır. Tablo 6.4 incelendiğinde araştırmaya dahil olan 220 adet işletmeden elde edilen verilerin çoğunluğu sırasıyla “Gıda Maddeleri Sanayi, Demir-Çelik Ana Metal Sanayi, Taşıt Araçları Sanayi ve Dokuma Sanayi” sektöründe yer alan firmalardan karşılandığını söylemek mümkündür. Bu sektörlerin araştırma kapsamındaki toplam oranına bakıldığında %49’luk gibi yüksek bir paya sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca Tablo 6.4’te araştırmaya katılım sağlayan işletmelerin örneklem

kapsamında bulunan işletmelere göre geri dönüş oranları yüzdelik olarak hesaplanmıştır. Buradan hareketle örneklem hacmine göre geri dönüş oranlarına bakıldığında sırasıyla “Diğer İmalat Sanayi, Lastik Ürünleri Sanayi ve Petrol Ürünleri Sanayi” sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin yüksek bir geri dönüş oranlarına sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmanın nihai amacı doğrultusunda, araştırmaya katılım sağlayanların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 6.5’te ayrıntılı olarak gösterilmiştir.

Tablo 6. 5. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Değişkenler		Sayı (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	127	57,7
	Erkek	93	42,3
Toplam		220	100
Yaş	20 - 29 arası	73	33,2
	30 - 39 arası	108	49,1
	40 - 49 arası	33	15,0
	50 ve üstü	6	2,7
Toplam		220	100
Çalışan Sayısı	1 - 500 arası	41	18,6
	500 – 1000 arası	33	15,0
	1000 - 5000 arası	56	25,5
	5000 - 10000 arası	10	7,14
Toplam		140	66,24
Eğitim Durumu	Ön Lisans	27	12,3
	Lisans	168	76,4
	Lisans Üstü	25	11,3
Toplam		220	100,0
Hizmet Yılı	1 - 5 arası	126	57,3
	6 - 10 arası	62	28,2
	11 - 15 arası	20	9,1
	16 - 20 arası	8	3,6
	21 ve üstü	4	1,8
Toplam		220	100,0

Tablo 6.5’te bakıldığında katılımcıların %57,7’sini kadın katılımcılar oluştururken, %42,3’ünü ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşlarına bakıldığında, en yüksek orana %49,1’lik oran ile 30-39 yaş arası katılımcılar

oluştururken, %2,7'lik oran ile 50 yaş ve üstü katılımcılar ise en düşük orana sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde %76,4 gibi yüksek bir oran ile lisans eğitim seviyesi oluştururken, lisans üstü eğitim seviyesi ise %11,3'lük bir oranla en düşük eğitim seviyesi olarak görülmektedir. Tablo 6.5'te katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin ayrı bir değişkenin hizmet yılı olduğu görülmektedir. Hizmet yılına ait oranlara bakıldığında en yüksek oran ile 1-5 arası (%57,3) yıl grubu oluştururken, 21 ve üstü (%1,8) yıl grubu ise en düşük orana sahip olduğu görülmektedir.

Ayrıca katılım sağlayan işletmelerin çalışan sayısı değerlendirildiğinde en yüksek oranın 1000-5000 arası (%25,5) çalışanın sayısının oluşturduğunu söylemek mümkündür. Tablo 6.5'te görüldüğü üzere işletmelerin toplamda çalışan sayısının eksik olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum, İstanbul Sanayi Odası'ndan alınan veriler doğrultusunda bütün işletmelerin çalışan sayısının mevcut olmadığı sonucunu doğurmaktadır. Çalışan sayısının mevcut olmadığı işletmelerin gerekli mercileri ile iletişime geçilerek eksik veriler tamamlanmaya çalışılmıştır. Fakat bazı işletmeler ile iletişime geçilmesine rağmen net bilgilere ulaşılamadığı ve araştırmanın doğru ve güvenilir sonuçlar doğurması açısından, 80 adet işletmenin çalışan sayısı verileri eksik olarak girilmiştir.

6.9.2. Normallik Dağılımı Analizi

İstatistiksel hataların bilimsel çalışmalarda yaygın olarak yapıldığını söylemek mümkündür. Korelasyon, regresyon, t testleri ve varyans analizi, yani parametrik olan testler dahil olmak üzere istatistiksel prosedürlerin çoğu verilerin normal dağılım varsayımına dayanır. Normallik varsayımı, ciddiye alınması gereken önemli bir konudur. Çünkü bu varsayımlar göz ardı edildiğinde, yapılan çalışmaların gerçekliği hakkında doğru ve güvenilir sonuçlar çıkarma konusunda sorun oluşturabilmektedir (Ghasemi ve Zahediasl, 2012: 486). Ayrıca araştırma verilerinin tutarsız, güvenilir, doğru ve eksik olması gibi sorunlara ek olarak verilerde aşırı veya uç değerlerin bulunması özellikle çok değişkenli istatistiksel analizlerin yapılabilmesi için dikkate alınması gereken önemli bir sorundur (Ovla ve Taşdelen, 2012: 2).

Araştırma kapsamındaki değerlerin diğer değerlerle karşılaştırıldığında veri setine uygun bulunmayan aşırı veya uç değerler aykırı değer (outlier) olarak

tanımlanmaktadır. Söz konusu aykırı değerler veri girişlerinin hatalı girilmesi ile olabileceği gibi ölçüm araçlarının hatalı olmasından yada yapılan popülasyonun farklılığından da ortaya çıkabilmektedir. Uç veya aykırı değerlerin, gerçek olan değerlerden aykırı olup olmadığını tespit etmek, araştırma verilerin tutarlı ve güvenilir sonuçlar ortaya çıkarmasını sağlarken, aynı zamanda faktör dağılımının netleşmesi açısından oldukça önemlidir. Veri setlerinde aşırı veya uç değerlerin fazla olması verilerin normal dağılımdan sapmasına neden olabilmekte; ayrıca yapılacak olan analizlerin gerçeklikten sapmasında sebep olabilmektedir. Buradan hareketle araştırma kapsamında değerlendirilecek verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığının tespit edilmesi, normal dağılmayan verilen normal dağılıma getirilmesi, analiz sonuçlarının daha güvenilir ve tutarlı olmasına imkan sağlayacaktır (Ovla ve Taşdelen, 2012: 2).

Soyal bilimlerde yaygın bir şekilde kullanılan parametrik testlerin (faktör analizi, ANOVA, t testi, regresyon analizi gibi) çoğunun normallik varsayımına dayanmakta ve “normallik dağılımı” olarak bilinen hipotetik evren dağılımını ifade eden bir olasılık dağılımını temel almaktadır. Bu nedenden dolayı, araştırmalarda parametrik testlerin kullanılabilmesi için normallik varsayımının sağlanması önemli bir koşul haline gelmektedir. Normallik varsayımının ihlali söz konusu olduğunda, yapılan ve yapılacak analizlerin istatistiksel gücünü etkileyebilmekte ve analiz sonuçlarının geçerliğini düşürdüğünü söylemek mümkündür (Demir, Saatçioğlu ve İmrol, 2016: 132).

Normallik varsayımının ihlal edilmesi test sonuçlarının hatalı ve yanıltıcı sonuçlar doğuracağını yukarıda ifade etmiştik. Buradan hareketle, araştırmalarda analizlere geçmeden önce varsayımların incelenmesi oldukça önemlidir. Thode (2002), Miles ve Banyard (2007), Stevens (2009), Field’e (2009) göre, varsayımların sağlanmış olması, aynı zamanda analiz çıktılarının geçerlilik kazanmasının bir kanıtıdır. Kennedy ve Bush (1985), bir yada daha fazla sayıda varsayımın ihlal edilmesi analiz sonuçlarının güvenilirlik ve geçerliğinin anlamlı seviyede düştüğünü ifade etmektedir. Aynı şekilde, Bradley (1982) veri setleri dağılımının normal dağılımdan saptığı durumlarda istatistiksel analizlerin hatalı ve eksik olduğunu belirtmiştir (Demir vd. 2016: 132).

Verilerin normalliğini test etmek için çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemler arasında en popüler olanların başında Shapiro-Wilk testi, Kolmogorov-Smirnov testi, çarpıklık, basıklık, histogram, kutu grafiği ve P-P Plot gelmektedir. Kolmogorov-Smirnov testi ve Shapiro-Wilk testi verilerin normalliğini test etmek için en yaygın kullanılan yöntemlerdir. Shapiro-Wilk testi küçük örneklem büyüklükleri ($n < 50$) için kullanılan bir yöntemdir. Ancak daha büyük örneklemelerde de ($n \geq 50$) ise Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmaktadır. Fakat bu yöntemler örneklem hacmine duyarlılığı fazla olduğundan ve bu nedenle yüksek örneklemelerde genellikle anlamlı ($p < 0,05$) sonuçlar verdiğinden verilerin normal dağılıma sahip olmadığı anlamı çıkmaktadır. Oysa ki verilerin normal bir dağılıma sahip olup olmadığından bahsedebilmek için, pearson katsayısının (p) 0,05'ten büyük ($p > 0,05$) bir değere sahip olması arzu edilir (Mishra vd. 2019: 70).

Sosyal bilimlerde ve likert tipi ölçeklerde verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için sıklıkla tercih edilen yöntem Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleridir. Bu değerlerin hangi aralıkta normal dağılımı ifade ettiğini gösteren farklı kaynaklar bulunmaktadır. Örneğin, Tabachnick ve Fidell (2013), çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olmasını tercih ederken; Darren (2011) kitabında, bu değerlerin +2 ile -2 arasında olması normal dağılım için yeterli bir değer olarak görmüştür (Elitok, 2019: 128-129, Tekin, Öztürk ve Sungur, 2020: 270). Alan (2009) ise, küçük örneklemelerde verilerin normal dağıldığını ifade eden çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,96 ile -1,96 arasında olmasını yeterli görürken; daha büyük örneklemelerde ($200 \leq n$) ise +2,58 ile -2,58 arasında olmasını yeterli değer olarak görmüştür (Ghasemi ve Zahediasl, 2012: 489). Bunlara ek olarak, Moors (1986), Hopkins ve Weeks (1990), Groeneveld ve Meeden (1984) ve De Carlo (1997) 'ya göre bu değerlerin +3 ile -3 arasında olması normal dağılım için makul değerler olarak kabul edilmektedir (Gökaslan, 2018:37; Örucü ve Boz, 2014: 68; Aydeniz ve Akkuş, 2017: 168; Işık ve Es, 2019: 1365; Onurlubaş ve Öztürk, 2020: 759).

Bu çalışma kapsamında verilerin normal dağılımını gösteren Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri aşağıda Tablo 6.6'da yer almaktadır.

Tablo 6. 6. Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) Değerleri

Değişkenler	Çarpıklık	Basıklık	Standart Hata
Çevre (CEV)	-1,038	0,25	0,033
Müşteri (MUS)	-0,63	-0,42	0,030
Çalışan (CAL)	-0,59	0,08	0,030
Toplum (TPL)	-1,04	2,13	0,037
Beşeri Sermaye (BS)	-0,53	-0,35	0,031
Yapısal Sermaye (YS)	-0,84	-0,13	0,033
İlişkisel Sermaye (İLS)	-0,74	0,52	0,033
Rekabet Avantajı (RA)	-1,15	2,86	0,032
Finansal Performans (FP)	-0,95	0,70	0,034

Bu araştırma kapsamında 220 katılımcıdan verilerin sağlandığını daha önceki bölümlerde ifade etmiştik (Bölüm 6.4). Normallik dağılımı analizine başlarken 220 adet katılımcı analize dahil edilmiştir. Analiz sonucunda beş tane katılımcının verdiği yanıtlar aşırı ve uç değerler olarak tespit edilmiş ve bu değerler normallik varsayımını ihlal ettiğinden dolayı veri setiden çıkarılmıştır. Ovla ve Taşdelen'e (2012:7) göre, bir veri setinde, bir veya daha fazla aykırı ve uç değer bulunuyorsa ve örneklem sayısı yeterliyse bu uç değerler veri setinden çıkarılabilir. Bu doğrultuda analize dahil edilen 220 katılımcıdan 5 tanesi analizden çıkarılarak toplamda 215 katılımcının verdiği yanıtlar ile normal dağılım analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 6.6'da araştırma kapsamında değerlendirilen veri setine ilişkin normallik değerleri yer almaktadır. Tablo 6.6'ya göre, çevre, müşteri, çalışan, beşeri sermaye, yapısal sermaye, ilişkisel sermaye ve finansal performans boyutlarının çarpıklık ve basıklık değerleri $\pm 1,50$ arasında yer alırken; toplum ve rekabet avantajının çarpıklık ve basıklık değerleri ise ± 3 arasında yer almaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada analizlerde kullanılacak olan değişkenlerin normal dağıldığını söylemek mümkündür.

6.9.3. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

Açıklayıcı faktör analizi (AFA)'nin, gözlemlenen değişkenleri ayrıntılı bir şekilde açıklayabilen, en az sayıda varsayımsal yapıyı (faktörler, boyutlar veya gizli

değişkenler) belirlemeye çalışan çok değişkenli istatistiksel bir yöntem olduğunu ve AFA'nın genel amacının, çalışmalarda ölçülen değişkenler arasındaki temel ilişkileri ortaya koyan bir teknik olduğunu daha önceki bölümde ifade edilmişti (Bölüm 6.7).

AFA yapılmadan önce toplanan veri setlerinin faktör analizine uygun olup olmadığının test edilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda verilerin normal dağılması, değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olması ve Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testlerinin kabul edilen değerlerde olması veri setlerinin AFA'ya uygunluğunu tespit etmeye yarayan yöntemlerdir.

Daha önceki bölümde araştırma kapsamında değerlendirilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine ilişkin analiz yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılım sağlayıcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda verilerin normal dağılım gösterdiğini söylemek mümkündür (Tablo 14). Çok değişkenli istatistiklerde normallik varsayımı, araştırmalarda kullanılacak değişken çiftleri arasındaki ilişkide doğrusal bir ilişkinin varlığının bir göstergesidir (Doğan ve Başokçu, 2010: 66). Buradan hareketle bu araştırma kapsamında değerlendirilen veri setlerinin normal dağıldığını ve değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin varlığından bahsetmek mümkündür.

Açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapmadan önce dikkat edilmesi gereken başka bir husus Barlett ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleridir. Bu testler araştırmada değerlendirilecek verilerin AFA'ya uygunluğunu tespit etmeye yarayan önemli tekniklerdir. KMO testi veri dağılımının faktör analizine uygunluğunu ve değişkenler arasındaki korelasyonları ölçmeye yarayan testtir. KMO testinin değerinin 0 ile 1 aralığında olması gerekmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 75). KMO değerleri, 0,90 ve üzeri ise mükemmel, 0,80'lerde çok iyi, 0,70'lerde iyi, 0,60'larda orta, 0,50'lerde zayıf, 0,50'nin altındaki değerler ise kabul edilemez olarak değerlendirilmektedir. Ancak Hoelzle ve Meyer (2013) ve Lloret ve diğerlerine (2017) göre genel olarak KMO değerinin 0,70'e eşit veya üzerinde ($KMO \geq 0,70$) olması arzu edilen bir değer iken; Kaiser (1974), Child (2006), Hair ve diğerlerine (2010) göre 0,50'den daha az değerler ise kabul edilemez bir değer olduğunu ifade etmişlerdir (Watkins, 2018: 226-227). KMO değerinin yüksek çıkması, ölçekte yer alan bir değişkenin, ölçekte bulunan diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde tahmin edildiğinin bir göstergesidir

(Kaya M. F., 2013: 180). Barlett testi ise, ölçmeye çalıştığımız değişkenlerin evren parametresinde çok değişkenli bir yapıya sahip olup olmadığını tespit etmeye yarayan önemli bir yöntemdir (Erdoğan, Bayram ve Deniz, 2007: 5). Büyüköztürk (2014) ve Yaşlıoğlu (2017) Barlett küresellik testinde hesaplanan Ki kare (χ^2) değerinin, istatistiksel olarak anlamlı ($p<0,05$) çıkması gerektiğini ifade etmişlerdir (Keldal, 2015:107).

Bu çalışma kapsamında yer alan KSS, ES, RA ve FP değişkenlerine ilişkin faktör analizi için temel bileşenler analizi ve varimax (maksimum değişkenlik) döndürme yöntemi kullanılmıştır. Döndürme sonrası elde edilen tablolarda her bir değişkenin faktör yükleri yer almaktadır. Faktör yükü değerinin kaç olması ilgili faktör için anlamlıdır? Bu sorunun en önemli göstergesi araştırma kapsamında bulunan örneklem sayısıdır. Örneklem sayısı arttıkça kabul edilebilecek anlamlı faktör yük değeri düşmektedir. Örneğin 350 kişilik bir örneklem hacminde 0,30 ve üzeri yükler anlamlı kabul edilirken, örneklem hacmi 200 kişilik bir sayıya düştüğünde ise bu rakam 0,40 denk gelmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 78). Buradan hareketle bu çalışma kapsamında örneklem sayısı ($n:215$) dikkate alındığında yapılacak açıklayıcı faktör analizinde faktör yükü alt sınır değeri 0,40 olarak baz alınmıştır. Ayrıca yapılacak açıklayıcı faktör analizlerinde, ifadelerin toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığının en az 0,10 gibi bir fark olması gerekmekte; aksi taktirde ifadelerin binişik olduğu sonucuna varılarak ölçekten çıkarılması gerekmektedir (Kaya M. F., 2013: 183). Dolayısıyla bu çalışma kapsamında yapılacak AFA’larda faktörler arası uzaklık değeri 0,10 olarak baz alınmıştır.

Açıklayıcı faktör analizinde bir ölçeğin kaç faktörden oluştuğunu tespit etmek için kullanılan bir diğer destekleyici unsur yamaç birikinti veya diğer bir adıyla serpilme (scree plot) grafiğidir. Bu grafik faktörlerin öz değerlerine dayalı olarak çizilen bir grafikdir. Grafikte yüksek ivmeli düşüşler faktör sayısını vermektedir (Yaşlıoğlu, 2017:77). Yamaç birikinti grafiğinde, yatay eksen de değişkenlere ait ifadeler, dikey eksen ise faktörlerin özdeğerleri yer almaktadır.

6.9.3.1.Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Ölçeğine İlişkin AFA

Sonuçları

KSS ölçeğine ait faktör analizi yapılmadan önce, örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek için Barlett ve KMO testleri uygulanmıştır.

KSS ölçeğine ilişkin Barlett ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testlerine ilişkin analiz bulguları aşağıda Tablo 6.7’de yer almaktadır.

Tablo 6. 7. KSS Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testi Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		0,76
Barlett’s Testi	Ki kare (χ^2)	1247,580
	Sd	136
	p	0,00

Tablo 6.7 incelendiğinde KSS ölçeğine ilişkin KMO testi sonucunun 0,76 olduğu görülmektedir. KMO değerinin 0,70 üzerinde olması, ölçekte yer alan herhangi bir değişkenin ölçekte bulunan diğer değişkenler tarafından “iyi” bir şekilde tahmin edildiğinin ifadesidir. Ayrıca Tablo 6.7’de Barlett testi sonucunda ise, hesaplanan Ki kare değerinin anlamlı çıktığı görülmektedir [$\chi^2=(1247,580)$; $sd=(136)$; $p=<0,05$]. Buradan hareketle KMO ve Barlett testleri sonucunda, KSS ölçeğinin faktör analizine uygun olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6. 8. KSS Ölçeği AFA Sonuçları

Boyut	KSS Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade Kodu	Faktör yükü	Açıklanan varyans (%)	Öz değer	Cronbach Alfa (α)
Çevre (CEV)	Şirketimiz, çevre kirliliğinin azaltılmasına yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.	CEV1	0,852	25,621	4,356	0,86
	Şirketimiz, enerji tasarrufuna yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.	CEV2	0,848			
	Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik geri dönüşüm ve atık yönetimi gibi uygulamalarda bulunmaktadır.	CEV3	0,752			
	Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik çevre dostu ambalajlar ve konteynerler gibi ürünleri tercih etmektedir.	CEV4	0,731			

	Şirketimiz, çevrenin korunması ve iyileştirilmesi kapsamında ISO sertifikası gibi belgelendirme faaliyetlerinde bulunmaktadır.	CEV5	0,804			
Müşteri (MUS)	Şirketimiz, müşterilerine karşı açık, tutarlı ve doğru bilgi sağlama konusunda faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS1	0,668	13,125	2,231	0,75
	Şirketimiz, müşterilerine yönelik kalite güvence kriterlerini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS2	0,794			
	Şirketimiz, müşterilerine değer veren faaliyet ve uygulamalarda bulunmaktadır.	MUS3	0,725			
	Şirketimiz, müşteri şikâyetlerini zamanında çözecek faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS4	0,775			
Çalışan (CAL)	Şirketimiz, çalışanların sağlığına ve güvenliğine yönelik tedbirlerde bulunmaktadır.	CAL1	0,687	8,326	1,415	0,70
	Şirketimiz, çalışanlar arasında iş/yaşam dengesini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL2	0,619			
	Şirketimiz, çalışanların gerçek beceriler kazanmaya ve uzun vadeli kariyer geliştirmelerine yönelik teşvik edici faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL3	0,736			
	Şirketimiz, çalışanların yararına çeşitli etkinliklerde ve faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL4	0,732			
Toplum (TPL)	Şirketimiz, yerel topluluklar ile işbirliği içinde olan şirketlerin işe alım ve satın alma politikalarını desteklemektedir.	TPL1	0,676	11,642	1,979	0,69
	Şirketimiz, yerel bir toplulukla birlikte bir projeye veya projelere katılım sağlamakta ve desteklemektedir.	TPL2	0,813			
	Şirketimiz, çalışanların toplum yararına yönelik faaliyetlere şirket adına gönüllü olarak katılım sağlayabilmeleri için teşvik edici uygulamalarda bulunmaktadır.	TPL3	0,739			
	Şirketimiz, hayır kurum veya kurumlarına bağışta bulunmaktadır.	TPL4	0,605			
Ölçeğin Tamamı için Açıklanan Varyans (%): 58,714 Ölçeğin Tamamı için Cronbach Alfa Değeri: 0,79 Faktör Yüklü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum						

Tablo 6.8’de görüldüğü üzere Kurumsal sosyal sorumluluk ölçeği; “çevre, müşteri, çalışan ve toplum” olmak üzere dört alt boyuttan oluşmaktadır. Ayrıca KSS ölçeğini toplam on yedi ifade oluşturmakta ve KSS ölçeği için açıklanan toplam varyans %58,714 olarak hesaplanmıştır. Çok faktörlü yapılarda açıklanan toplam varyans %50’den büyük değer alması geçerli bir kriter olarak kabul edilir (Katrancı ve Temel, 2018:1549; Yaşlıoğlu, 2017:77). Bu doğrultuda KSS ölçeği için açıklanan

toplam varyansın geçerli bir değere sahip olduğunu ve ayrıca KSS ölçeği toplam varyansın yaklaşık %50'sini açıklayan dört boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Buna ilaveten KSS ölçeğinin iç turalılık güvenilirliği için hesaplanan Cronbach Alpha değeri 0,79 olarak bulunmuştur. Bu değer KSS ölçeğinin oldukça güvenilir bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca faktör yükü alt sınır değeri 0,40 olarak baz alınmıştır.

Tablo 6.8 incelendiğinde 1. faktör “Çevre (CEV)” olarak adlandırılmıştır. Çevre boyutunun toplam beş ifadeden oluştuğu görülmektedir. Bu ifadeler sonraki YEM analizlerinde pratik sağlaması açısından “CEV1, CEV2, CEV3, CEV4 ve CEV5” olmak üzere kodlanmıştır. Bu ifadelerin faktör yük değerleri 0,852 ile 0,731 arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasından dolayı çevre boyutuna ilişkin ifadelerin faktör yükleri kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. İfadelerin faktör yükleri 0,40'ın üzerinde olduğundan ve toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığı arasında 0,10'dan daha az bir fark olmadığından dolayı ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Çevre boyutunun açıklanan varyansı %25,621 ve öz değeri ise 4,356'dır. Faktör analizinde bir boyutun veya faktörün öz değeri 1 ve üzerinde olması geçerli bir değer olarak kabul edilir (Büyüköztürk, 2002: 479). Dolayısıyla çevre boyutunun geçerli bir öz değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Çevre boyutunun iç tutarlılık güvenilirliği 0,86 ve oldukça güvenilir bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6.8'de 2. faktör “Müşteri (MUS)” olarak adlandırılmıştır. Müşteri boyutunun toplam dört ifadeden oluştuğu görülmektedir. Bu ifadeler sonraki YEM analizlerinde pratik sağlaması açısından “MUS1, MUS2, MUS3 ve MUS4” olmak üzere kodlanmıştır. Bu ifadelerin faktör yük değerleri 0,794 ile 0,668 arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasından dolayı müşteri boyutuna ilişkin ifadelerin faktör yükleri kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. İfadelerin faktör yükleri 0,40'ın üzerinde olduğundan ve toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığı arasında 0,10'dan daha az bir fark olmadığından dolayı ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Müşteri boyutunun açıklanan varyansı %13,125 ve öz değeri ise 2,231'dir. Faktör analizinde bir boyutun veya faktörün öz değeri 1 ve üzerinde olması

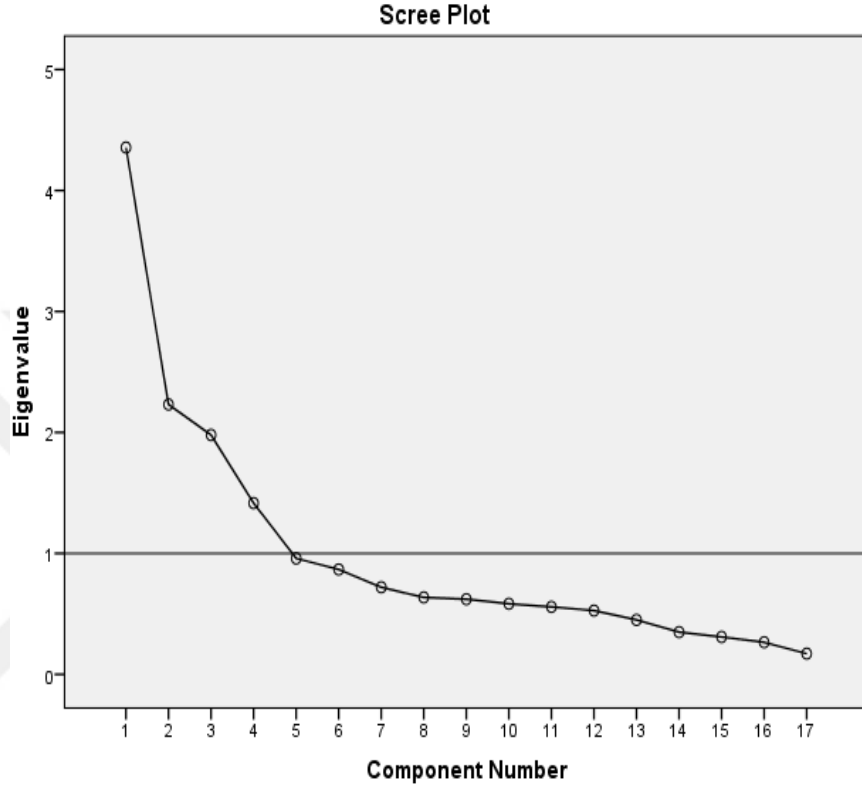
geçerli bir değer olarak kabul edilir. Dolayısıyla Müşteri boyutunun öz değeri 1'in üzerinde olduğundan dolayı geçerli bir öz değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Müşteri boyutunun iç tutarlılık güvenirliliği 0,75 ve oldukça güvenilir bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6.8'de 3. faktör "*Çalışan (CAL)*" olarak adlandırılmıştır. Çalışan boyutunun toplam dört ifadeden oluştuğu görülmektedir. Bu ifadeler sonraki YEM analizlerinde pratik sağlaması açısından "CAL1, CAL2, CAL3 ve CAL4" olmak üzere kodlanmıştır. Bu ifadelerin faktör yük değerleri 0,736 ile 0,619 arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasından dolayı çalışan boyutuna ilişkin ifadelerin faktör yükleri kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. İfadelerin faktör yükleri 0,40'ın üzerinde olduğundan ve toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığı arasında 0,10'dan daha az bir fark olmadığından dolayı ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Çalışan boyutunun açıklanan varyansı %8,326 ve öz değeri ise 1,415'tir. Faktör analizinde bir boyutun veya faktörün öz değeri 1 ve üzerinde olması geçerli bir değer olarak kabul edilir. Dolayısıyla çalışan boyutunun öz değeri 1'in üzerinde olduğundan dolayı geçerli bir öz değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Çalışan boyutunun iç tutarlılık güvenirliliği 0,70 ve oldukça güvenilir bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6.8'de 4. faktör "*Toplum (TPL)*" olarak adlandırılmıştır. Toplum boyutunun toplam dört ifadeden oluştuğu görülmektedir. Bu ifadeler sonraki YEM analizlerinde pratik sağlaması açısından "TPL1, TPL2, TPL3 ve TPL4" olmak üzere kodlanmıştır. Bu ifadelerin faktör yük değerleri 0,605 ile 0,813 arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasından dolayı toplum boyutuna ilişkin ifadelerin faktör yükleri kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. İfadelerin faktör yükleri 0,40'ın üzerinde olduğundan ve toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığı arasında 0,10'dan daha az bir fark olmadığından dolayı ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Toplum boyutunun açıklanan varyansı %11,642 ve öz değeri ise 1,979'dur. Faktör analizinde bir boyutun veya faktörün öz değeri 1 ve üzerinde olması geçerli bir değer olarak kabul edilir. Dolayısıyla toplum boyutunun öz değeri 1'in üzerinde olduğundan dolayı geçerli bir öz değere sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Toplum boyutunun iç tutarlılık güvenirliliği 0,69 ve orta güvenirlikte bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

KSS ölçeğine ilişkin yamaç birikinti (scree plot) grafiği aşağıda Şekil 6.2’de gösterilmiştir.



Şekil 6. 2. KSS Ölçeğine İlişkin Yamaç Birikinti (Scree Plot) Grafiği

Şekil 6.2’de yamaç birikinti (scree plot) grafiği incelendiğinde, kırılmaların ivmeli bir şekilde dördüncü noktadan sonra azaldığı görülmektedir. Ayrıca grafikte sadece dört noktanın öz değeri 1’in üzerinde olduğu ve geriye kalan noktaların öz değeri ise 1’in altında olduğu anlaşılmaktadır. Buradan hareketle Şekil 6.2’deki grafik KSS ölçeğinin dört boyuttan oluştuğunu açıklamakta ve yukarıda Tablo 6.8’deki AFA sonucunu destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

6.9.3.2. Entelektüel Sermaye (ES) Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları

ES ölçeğine ait faktör analizi yapılmadan önce, örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek için Barlett ve KMO testleri uygulanmıştır.

ES ölçeğine ilişkin Barlett ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testlerinin analiz bulguları aşağıda Tablo 6.9’da yer almaktadır.

Tablo 6. 9. ES Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testi Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		0,71
Barlett's Testi	Ki kare (χ^2)	1015,41
	Sd	66
	p	0,00

Tablo 6.9 incelendiğinde ES ölçeğine ilişkin KMO testi sonucunun 0,71 olduğu görülmektedir. KMO değerinin 0,70 üzerinde olması, ölçekte yer alan herhangi bir değişkenin ölçekte bulunan diğer değişkenler tarafından “iyi” bir şekilde tahmin edildiğinin ifadesidir. Ayrıca Tablo 6.9’da Barlett testi sonucunda ise, hesaplanan Ki kare değerinin anlamlı çıktığı görülmektedir [$\chi^2=(1015,41)$; $sd=(66)$; $p=<0,05$]. Buradan hareketle KMO ve Barlett testleri sonucunda, ES ölçeğinin faktör analizine uygun olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6. 10. ES Ölçeği AFA Sonuçları

Boyut	ES Değişkenine İlişkin İfadeler	Madde Kodu	Faktör yükü	Açıklanan varyans (%)	Öz değer	Cronbach Alfa (α)
Beşeri Sermaye (BS)	Şirket çalışanları, görevlerini tatmin edici bir şekilde yerine getirirken yeterli ve uygun bir deneyime sahiptir.	BS1	0,668	17,271	2,073	0,74
	Şirket çalışanları, kendi çıkarları ile şirket çıkarlarını eşit düzeyde tutar.	BS2	0,738			
	Şirket çalışanları, şirketteki iş süreçlerine veya faaliyetlere ilişkin yeni bilgi ve fikir önerilerinde bulunmaları için teşvik edilir.	BS3	0,769			
	Şirket çalışanları, işlerinde yetenekli ve yeterlidir.	BS4	0,785			
Yapısal Sermaye(YS)	Şirketimiz, şirket hedeflerine yönelik ortak değerler ve inançlar sistemine sahiptir.	YS1	0,689	29,934	3,592	0,86
	Şirketimiz, iyi belgelenmiş sistemlere ve prosedürlere sahiptir.	YS2	0,821			
	Şirketimiz, çeşitli patentlere, lisanslara ve telif haklarına sahiptir.	YS3	0,894			

	Şirketimiz iletişim, koordinasyon ve bilgi dağıtımı için BİT'leri kullanmaktadır (BİT:Bulut Bilgi Teknolojileri).	YS4	0,921			
İlişkisel Sermaye (İLS)	Şirketimiz, piyasa ihtiyaçları ve eğilimleri hakkında değerli ve faydalı bilgilerin çoğunu müşterilerimizin portföyünden elde etmektedir.	İLS1	0,731	15,661	1,879	0,74
	Şirketimiz, toplum refahına katkı sağlayacak sosyal yardım faaliyetlerine aktif olarak katılmakta ve düzenlemektedir.	İLS2	0,671			
	Şirketimiz, ürün ve hizmet kalitesini geliştirmek ve iyileştirmek için tedarikçilerle ortak çalışır.	İLS3	0,750			
	Şirketimiz, tedarikçilerimizle ilişkiler kurarak üretim süreçlerini geliştirmektedir.	İLS4	0,818			
	Ölçeğin Tamamı için Açıklanan Varyans (%): 62,866 Ölçeğin Tamamı için Cronbach Alfa Değeri: 0,76 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum					

Tablo 6.10'da görüldüğü üzere entelektüel sermaye ölçeği; “*beşeri (insan) sermaye, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye*” olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Ayrıca ES ölçeğini toplam on iki ifade oluşturmakta ve ES ölçeği için açıklanan toplam varyans %62,866 olarak hesaplanmıştır. Bu doğrultuda ES ölçeği için açıklanan toplam varyansın geçerli bir değere sahip olduğunu ve ayrıca ES ölçeği toplam varyansın yaklaşık %63’ünü açıklayan üç boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Buna ilaveten ES ölçeğinin iç turalılık güvenilirliği için hesaplanan Cronbach Alpha değeri 0,76 olarak bulunmuştur. Bu değer ES ölçeğinin oldukça güvenilir bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 6.10 incelendiğinde 1. faktör “*Beşeri (İnsan) Sermaye (BS)*” olarak adlandırılmıştır. Beşeri (insan) sermaye boyutunun toplam dört ifadeden oluştuğu görülmektedir. Bu ifadeler sonraki YEM analizlerinde pratik sağlaması açısından “BS1, BS2, BS3 ve BS4” olmak üzere kodlanmıştır. Bu ifadelerin faktör yük değerleri 0,668 ile 0,785 arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasından dolayı beşeri (insan) sermaye boyutuna ilişkin ifadelerin faktör yükleri kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. İfadelerin faktör yükleri 0,40’ın üzerinde olduğundan ve toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığı arasında 0,10’dan daha az bir fark olmadığından dolayı ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Beşeri (insan) sermaye boyutunun açıklanan varyansı %17,271

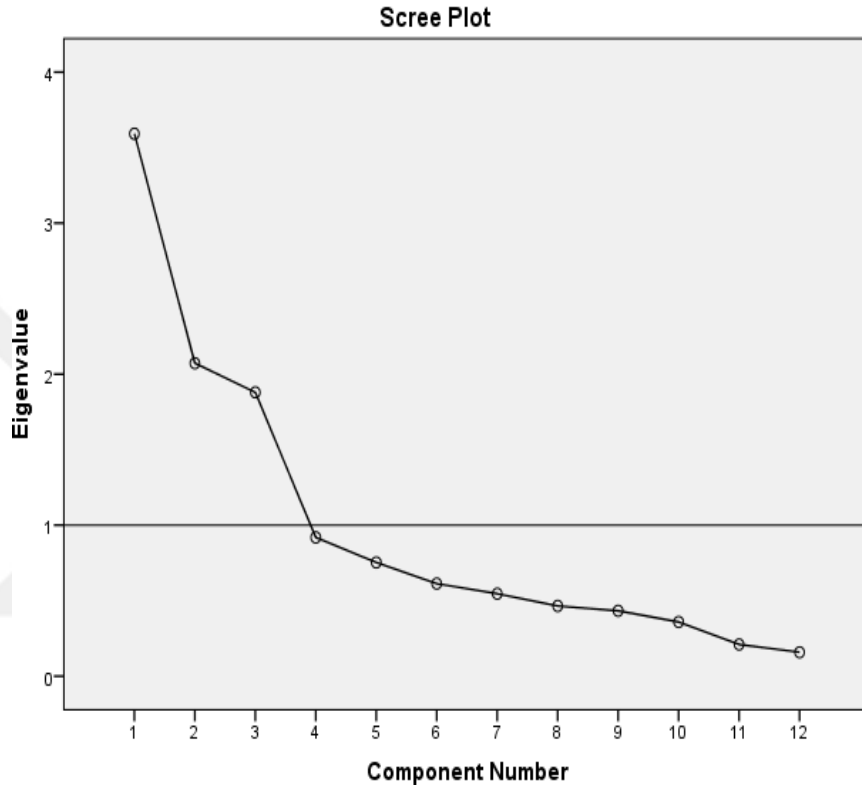
ve öz değeri ise 2,073'tür. Faktör analizinde bir boyutun veya faktörün öz değeri 1 ve üzerinde olması geçerli bir değer olarak kabul edilir. Dolayısıyla beşeri (insan) sermaye boyutunun geçerli bir öz değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Beşeri (insan) sermaye boyutunun iç tutarlılık güvenirliliği 0,74 ve oldukça güvenilir bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6.10'da 2. faktör "*Yapısal Sermaye (YS)*" olarak adlandırılmıştır. Yapısal sermaye boyutunun toplam dört ifadeden oluştuğu görülmektedir. Bu ifadeler sonraki YEM analizlerinde pratik sağlaması açısından "YS1, YS2, YS3 ve YS4" olmak üzere kodlanmıştır. Bu ifadelerin faktör yük değerleri 0,689 ile 0,921 arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasından dolayı yapısal sermaye boyutuna ilişkin ifadelerin faktör yükleri kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. İfadelerin faktör yükleri 0,40'ın üzerinde olduğundan ve toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığı arasında 0,10'dan daha az bir fark olmadığından dolayı ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Yapısal sermaye boyutunun açıklanan varyansı %29,934 ve öz değeri ise 3,592'dir. Faktör analizinde bir boyutun veya faktörün öz değeri 1 ve üzerinde olması geçerli bir değer olarak kabul edilir. Dolayısıyla yapısal sermaye boyutunun geçerli bir öz değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Yapısal sermaye boyutunun iç tutarlılık güvenirliliği 0,86 ve oldukça güvenilir bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6.10'da 3. faktör "*İlişkisel Sermaye (İLS)*" olarak adlandırılmıştır. İlişkisel sermaye boyutunun toplam dört ifadeden oluştuğu görülmektedir. Bu ifadeler sonraki YEM analizlerinde pratik sağlaması açısından "İLS1, İLS2, İLS3 ve İLS4" olmak üzere kodlanmıştır. Bu ifadelerin faktör yük değerleri 0,671 ile 0,818 arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasından dolayı yapısal sermaye boyutuna ilişkin ifadelerin faktör yükleri kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. İfadelerin faktör yükleri 0,40'ın üzerinde olduğundan ve toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığı arasında 0,10'dan daha az bir fark olmadığından dolayı ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. İlişkisel sermaye boyutunun açıklanan varyansı %15,661 ve öz değeri ise 1,879'dur. Faktör analizinde bir boyutun veya faktörün öz değeri 1 ve üzerinde olması geçerli bir değer olarak kabul edilir. Dolayısıyla ilişkisel sermaye boyutunun

geçerli bir öz değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. İlişkisel sermaye boyutunun iç tutarlılık güvenirliliği 0,74 ve oldukça güvenilir bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

ES ölçeğine ilişkin yamaç birikinti (scree plot) grafiği aşağıda Şekil 6.3'te gösterilmiştir.



Şekil 6. 3. ES Ölçeğine İlişkin Yamaç Birikinti (Scree Plot) Grafiği

Şekil 6.3'te yamaç birikinti (scree plot) grafiği incelendiğinde, kırılmaların ivmeli bir şekilde üçüncü noktadan sonra azaldığı görülmektedir. Ayrıca grafikte sadece üç noktanın öz değeri 1'in üzerinde olduğu ve geriye kalan noktaların öz değeri ise 1'in altında olduğu anlaşılmaktadır. Buradan hareketle Şekil 6.3'teki grafik ES ölçeğinin üç boyuttan oluştuğunu açıklamakta ve yukarıda Tablo 6.10'daki AFA sonucunu destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

6.9.3.3.Rekabet Avantajı (RA) Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları

RA ölçeğine ait faktör analizi yapılmadan önce, örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek için Barlett ve KMO testleri uygulanmıştır.

RA ölçeğine ilişkin Barlett ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testlerinin analiz bulguları aşağıda Tablo 6.11’de yer almaktadır.

Tablo 6. 11. RA Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testi Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		0,75
Barlett’s Testi	Ki kare (χ^2)	171,454
	Sd	6
	p	0,00

Tablo 6.11 incelendiğinde RA ölçeğine ilişkin KMO testi sonucunun 0,75 olduğu görülmektedir. KMO değerinin 0,70 üzerinde olması, ölçekte yer alan herhangi bir değişkenin ölçekte bulunan diğer değişkenler tarafından “iyi” bir şekilde tahmin edildiğinin ifadesidir. Ayrıca Tablo 6.11’de Barlett testi sonucunda ise, hesaplanan Ki kare değerinin anlamlı çıktığı görülmektedir [$\chi^2=(171,454)$; $sd=(6)$; $p=<0,05$]. Buradan hareketle KMO ve Barlett testleri sonucunda, RA ölçeğinin faktör analizine uygun olduğunu söylemek mümkündür.

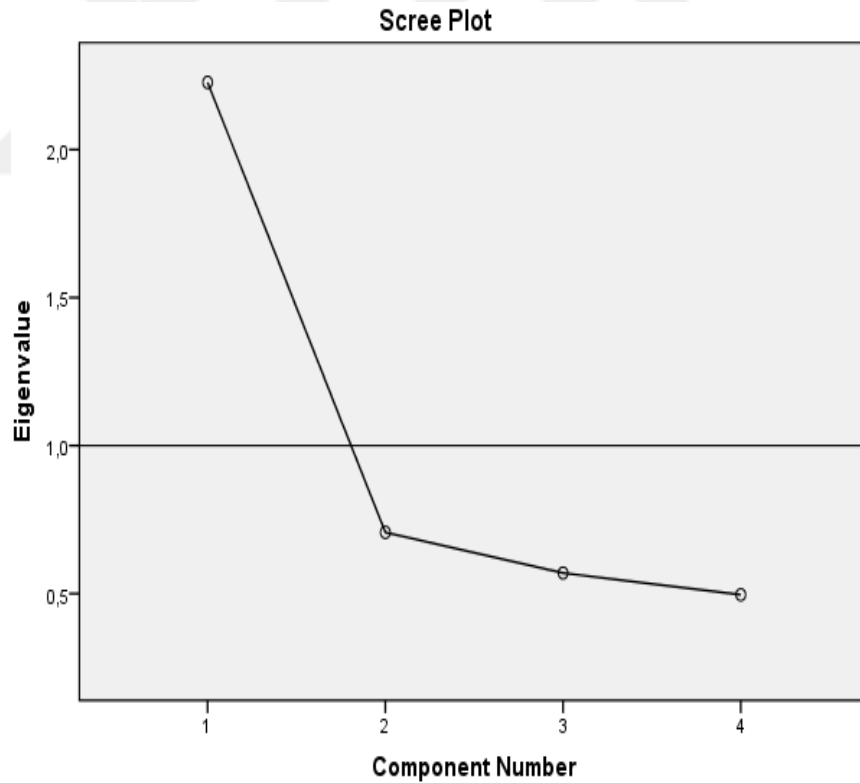
Tablo 6. 12. RA Ölçeği AFA Sonuçları

Boyut	RA Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade Kodu	Faktör yükü	Açıklanan varyans (%)	Öz değer	Cronbach Alfa (α)
Rekabet Avantajı (RA)	Şirketimiz, ihtiyaç duyduğu kaynaklara rekabetçi fiyatlarla erişim sağlamaktadır.	RA1	0,581	55,677	2,227	0,73
	Şirketimiz, son yıllarda pazar payını artırmayı başarmıştır.	RA2	0,515			
	Şirketimiz, müşteri zihninde iyi bir imaja sahiptir.	RA3	0,790			
	Şirketimiz, piyasada bulunan en iyi yetenekleri çekebilmektedir (cezbetmektedir).	RA4	0,781			
Ölçeğin tamamı için hesaplanan Cronbach Alpha Değeri: 0,73 Açıklanan Toplam Varyans (%)= 55,677 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Yanıt Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum.						

Tablo 6.12’de görüldüğü üzere rekabet avantajı ölçeği tek boyuttan oluşmakta ve “*Rekabet Avantajı (RA)*” olarak adlandırılmıştır. Rekabet avantajı değişkeninin toplam dört ifadeden oluştuğu görülmektedir. Bu ifadeler sonraki YEM analizlerinde pratik sağlaması açısından “RA1, RA2, RA3 ve RA4” olmak üzere kodlanmıştır. Bu

ifadelerin faktör yük değerleri 0,515 ile 0,790 arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasından dolayı rekabet avantajı değişkenine ilişkin ifadelerin faktör yükleri kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. İfadelerin faktör yükleri 0,40'ın üzerinde olduğundan ve toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığı arasında 0,10'dan daha az bir fark olmadığından dolayı ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Rekabet avantajı değişkeninin açıklanan varyansı %55,677 ve öz değeri ise 2,227'dir. Faktör analizinde bir boyutun veya faktörün öz değeri 1 ve üzerinde olması geçerli bir değer olarak kabul edilir. Dolayısıyla rekabet avantajı değişkeninin geçerli bir öz değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Rekabet avantajı değişkeninin iç tutarlılık güvenilirliği 0,73 ve oldukça güvenilir bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

RA ölçeğine ilişkin yamaç birikinti (scree plot) grafiği aşağıda Şekil 6.4'te gösterilmiştir.



Şekil 6. 4. RA Ölçeğine İlişkin Yamaç Birikinti (Scree Plot) Grafiği

Şekil 6.4'te yamaç birikinti (scree plot) grafiği incelendiğinde, kırılmaların ivmeli bir şekilde birinci noktadan sonra azaldığı görülmektedir. Ayrıca grafikte

sadece bir noktanın öz değeri 1'in üzerinde olduğu ve geriye kalan noktaların öz değeri ise 1'in altında olduğu anlaşılmaktadır. Buradan hareketle Şekil 6.4'teki grafik RA ölçeğinin tek boyuttan oluştuğunu açıklamakta ve yukarıda Tablo 6.12'deki AFA sonucunu destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

6.9.3.4. Finansal Performans (FP) Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları

FP ölçeğine ait faktör analizi yapılmadan önce, örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek için Barlett ve KMO testleri uygulanmıştır.

FP ölçeğine ilişkin Barlett ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testlerinin analiz bulguları aşağıda Tablo 6.13'te yer almaktadır.

Tablo 6. 13. FP Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testi Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		0,73
Barlett's Testi	Ki kare (χ^2)	418,357
	Sd	10
	p	0,00

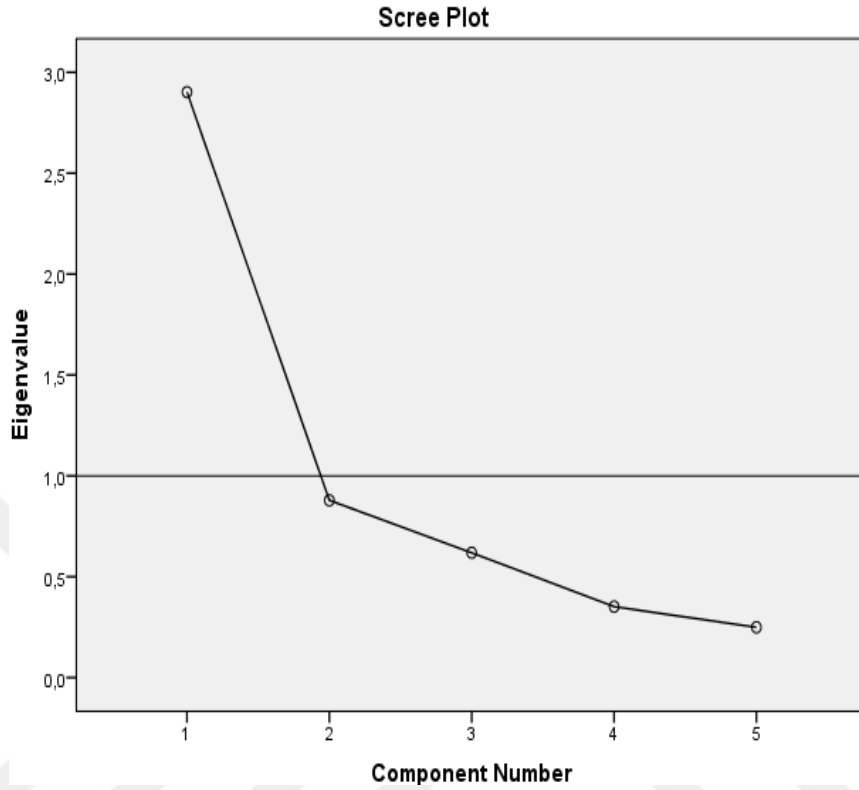
Tablo 6.13 incelendiğinde FP ölçeğine ilişkin KMO testi sonucunun 0,65 olduğu görülmektedir. Kaiser (1974), Child (2006), Hair ve diğerlerine (2010) göre KMO değerinin 0,50'den daha az değerlerde kabul edilemez olduğunu; 0,50'den büyük değerlerin ise kabul edilebilir olduğunu ifade etmişlerdir. Buradan hareketle FP ölçeğinin KMO değerinin kabul edilebilir değerde olduğu söylenebilir. Ayrıca Tablo 6.13'te Barlett testi sonucunda ise, hesaplanan Ki kare değerinin anlamlı çıktığı görülmektedir [$\chi^2=(418,357)$; $sd=(10)$; $p=<0,05$]. Buradan hareketle KMO ve Barlett testleri sonucunda, FP ölçeğinin faktör analizine uygun olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 6. 14. FP Ölçeği AFA Sonuçları

Boyut	FP Değişkenine İlişkin İfadeler	Madde Kodu	Faktör yükü	Açıklanan varyans (%)	Öz değer	Cronbach Alfa (α)
Finansal Performans (FP)	Kurumsal sosyal sorumluluğun finansal sonuçları uzun vadede yaşanmaktadır.	FP1	0,741	58,033	2,902	0,82
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, şirketin kâr marjındaki değişimi etkilemektedir.	FP2	0,707			
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, şirketin satış gelirlerindeki değişimi etkilemektedir.	FP3	0,718			
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sonucunda oluşan kâr marjındaki değişimden memnunum.	FP4	0,753			
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sonucunda oluşan satış gelirlerindeki değişimden memnunum.	FP5	0,740			
Ölçeğin tamamı için hesaplanan Cronbach Alpha Değeri: 0,82 Açıklanan Toplam Varyans (%)= 58,033 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Yanıt Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum.						

Tablo 6.14'te görüldüğü üzere finansal performans ölçeği tek boyuttan oluşmakta ve “*Finansal Performans (FP)*” olarak adlandırılmıştır. Finansal performans değişkeninin toplam beş ifadeden oluştuğu görülmektedir. Bu ifadeler sonraki YEM analizlerinde pratik sağlaması açısından “FP1, FP2, FP3 ve FP4” olmak üzere kodlanmıştır. Bu ifadelerin faktör yük değerleri 0,707 ile 0,753 arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,40 ve üzerinde olmasından dolayı finansal performans değişkenine ilişkin ifadelerin faktör yükleri kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. İfadelerin faktör yükleri 0,40'ın üzerinde olduğundan ve toplandıkları faktör yüklerine göre birbirine uzaklığı arasında 0,10'dan daha az bir fark olmadığından dolayı ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Finansal performans değişkeninin açıklanan varyansı %58,033 ve öz değeri ise 2,902'dir. Faktör analizinde bir boyutun veya faktörün öz değeri 1 ve üzerinde olması geçerli bir değer olarak kabul edilir. Dolayısıyla finansal performans değişkeninin geçerli bir öz değere sahip olduğu söylenebilir. Finansal performans değişkeninin iç tutarlılık güvenilirliği 0,82 ve oldukça güvenilir bir değere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

FP ölçeğine ilişkin yamaç birikinti (scree plot) grafiği aşağıda Şekil 6.5'te gösterilmiştir.



Şekil 6. 5. FP Ölçeğine İlişkin Yamaç Birikinti (Scree Plot) Grafiği

Şekil 6.5'te yamaç birikinti (scree plot) grafiği incelendiğinde, kırılmaların ivmeli bir şekilde birinci noktadan sonra azaldığı görülmektedir. Ayrıca grafikte sadece bir noktanın öz değeri 1'in üzerinde olduğu ve geriye kalan noktaların öz değeri ise 1'in altında olduğu anlaşılmaktadır. Buradan hareketle Şekil 6.5'teki grafik FP ölçeğinin tek boyuttan oluştuğunu açıklamakta ve yukarıda Tablo 6.14'teki AFA sonucunu destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

6.9.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Davranış bilimlerinde ve sosyal bilimlerde genellikle ölçülen değişkenler örtük yani gizli değişkenlerdir. Yapısal eşitlik modellemesi (YEM), gözlenen değişkenler ile gözlemlenemeyen (örtük-gizli) değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak için araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılan bir analiz türüdür. Buradan hareketle DFA

daha çok ölçek uyarlama çalışmalarında kullanılan YEM'in gelişmiş ve düzenlenmiş bir türüdür (Koğar, 2021: 88).

Doğrulamalı faktör analizi (DFA), araştırmalarda kullanılacak olan orijinal verinin, daha önceden keşfedilmiş ve farklı yapılarda kullanılmış ölçeklere uyup uymadığını test etmek amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Başka bir ifadeyle, araştırmacının elinde bulunan verinin, daha önce başka bir yerde, yapıda veya kültürde kullanılan ölçek ile ne derecede uyum sağlayıp sağlamadığını ortaya koyan bir geçerlilik sağlama aracıdır (Seçer, 2017: 171). Brown (2014) DFA'yı, analizlerde ölçüm hatasını hesaba katmayan geleneksel yöntemlerden (çoklu regresyon, korelasyon gibi) farklı olarak ölçüm hatalarını hesaba katarak daha güvenilir sonuçlar elde etmeye yarayan bir analiz türü olarak tanımlamıştır.

Araştırmalarda kullanılan ölçeklerin bazı özellikleri psikometrik yapılarından dolayı farklı yapı ve faktörlerden oluşabilmektedir. Buradan hareketle, kullanılan ölçeklerin bazıları tek faktörlü bir yapıda daha iyi çalışırken; bazıları ise çok faktörlü bir yapıda daha iyi çalışabilmektedir. Dolayısıyla doğrulamalı faktör analizinde farklı DFA modelleri uygulanabilmektedir. Bunlar, tek faktörlü ölçüm modeli, birinci düzey çok faktörlü ölçüm modeli ve ikinci düzey ölçüm modeli olmak üzere sınıflandırılabilir. Buradan hareketle veri setleriyle farklı ölçüm modelleri test edilmekte ve teori ile en iyi uyumu gösteren ölçüm modelinin yapısal modelde kullanılması daha gerçekçi sonuçlara yol açacağından tercih edilmelidir (Gülbüz, 2019:53-56).

Tek faktörlü ölçüm modeli, araştırma kapsamında bir gizli (örtük) yapıyı ifade eden tüm gözlemlenebilen değişkenlerin tek bir yapı veya faktör altında toplanmasını ifade eden ölçüm modelidir (Meydan ve Şeşen, 2015: 22).

Birinci düzey çok faktörlü ölçüm modeli, bir ölçüm aracında çok sayıda gözlemlenen değişkenlerin, birden fazla faktör veya yapı altında toplandığı bir DFA modelidir. Birinci düzey çok faktörlü ölçüm modeli, araştırmalarda kullanılacak bir ölçeğin çok sayıda boyuttan oluştuğu anlamına gelmektedir (Gülbüz, 2019: 55-56).

İkinci düzey ölçüm modeli, faktörlerin yada gizil değişkenlerin birbiriyle ilişki içinde oldukları durumlarda kullanılan bir DFA metodudur. İkinci düzey DFA, birinci

düzey DFA modelinde içine alan ve genellikle yapısal modellerin açığa çıkmasını sağlayan bir ölçüm modelidir (Koğar, 2021: 94). Bu ölçüm modeline verilebilecek en iyi örnek, bu araştırma kapsamında değerlendirilecek olan KSS ve ES değişkenleridir. Çünkü bu değişkenler çok sayıda faktör ve boyuttan oluşmaktadır.

Yapısal eşitlik modellemesinde (YEM) en yaygın olarak kullanılan hesaplama yöntemi maximum likelihood (maksimum olabilirlik) metodudur. Bu tahmin yönteminin kullanılabilmesi için; örneklem hacminin yeterli bir büyüklüğe sahip olması, ölçümlerin sürekli değişken bir yapıya sahip olmalı (en az beş düzeyli likert tipli ölçek) ve araştırma kapsamında değerlendirilecek verilerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 342). Buradan hareketle bu araştırmada maksimum olabilirlik yönteminin gereksinimleri karşılandığından, ölçüm ve yapısal modellerde bu hesaplama yöntemi kullanılmıştır.

Örneklem sayısının yeterli bir sayıda olması veya olmaması, araştırmalarda dikkate alınacak faktör yük sayısının alt sınırının belirlenmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Örneğin, 350 kişilik bir örneklem hacminde 0,30 ve üzeri yükler anlamlı kabul edilirken, örneklem hacmi 200 kişilik bir sayıya düştüğünde ise bu rakam 0,40 denk gelmektedir (Yaşlıoğlu, 2017:78; Ocak, 2020:29). Buradan hareketle bu çalışma kapsamında örneklem sayısı (n:215) dikkate alındığında yapılacak doğrulayıcı faktör analizinde faktör yükü alt sınır değeri 0,40 olarak baz alınmış ve bu değer üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Buna ek olarak, Gürbüz ve Şahin'e (2018:365) göre, DFA alizlerinde anlamlı olmayan p değerlerinin gözlenen değişkenlerinin faktör yüklerinin oldukça düşük olduğu anlamına geldiğinden dolayı ilgili ifadenin veya değişkenin modelden çıkarılarak analiz tekrar edilmelidir. Aksi taktirde modelde herhangi bir sorunun bulunmadığı ve değişkenlere ait faktör yüklerinin modele uygun olduğu anlamını taşımaktadır. Bu araştırmada $p<0,05$ değerinden küçük olan değerler anlamlı olarak kabul edilmiştir. Ayrıca öçeklere ait DFA ölçüm modellerinde en iyi uyum değerleri sağlamak için modifikasyon (düeltme) işlemleri yapılmıştır. Modifikasyon işlemleri, modelin daha iyi bir uyuma sahip olabilmesi için ipuçları vermektedir. Fakat Pai ve diğerlerine (2010) göre, bu düzeltme işlemlerin yapılması kuramsal bir gerekçeye dayanması gerektiğini ifade etmişlerdir (Meydan ve Şeşen, 2015: 75).

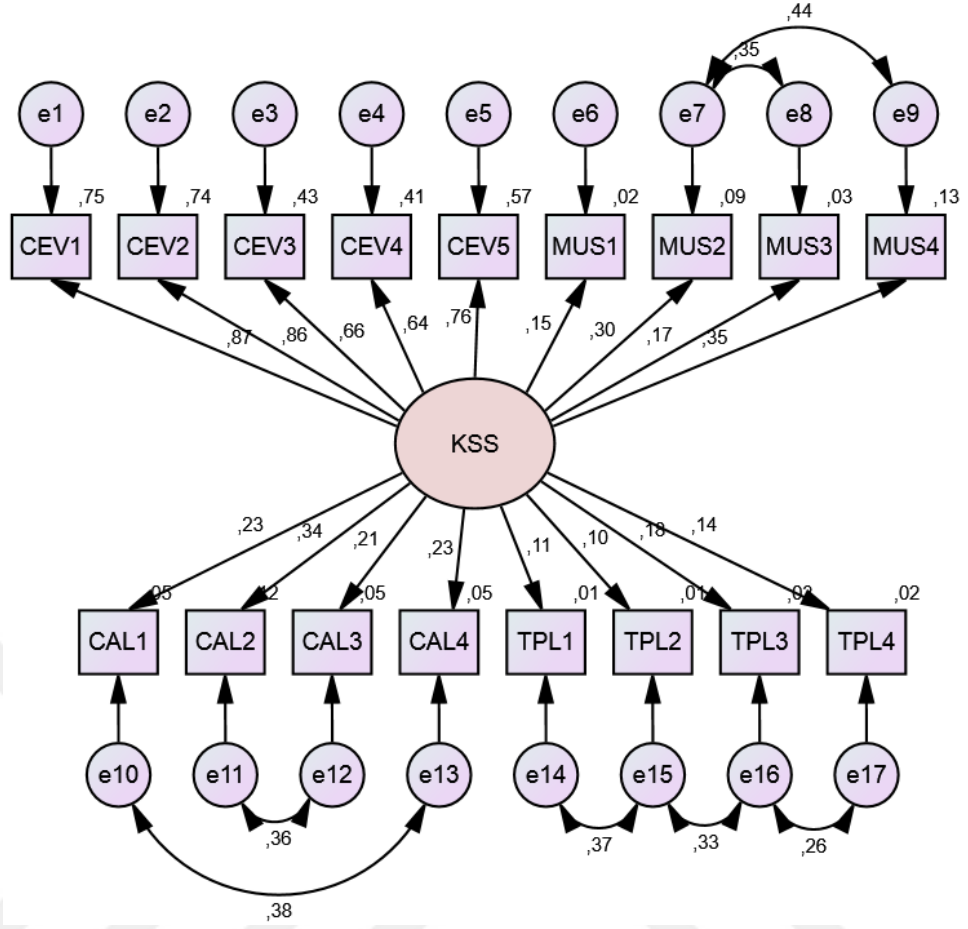
Bu araştırmada açıklayıcı faktör analiz sonucunda, KSS ve ES değişkenleri çok faktörlü bir yapıya sahip iken; RA ve FP değişkenleri ise tek faktörlü bir yapıya sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu doğrultuda, KSS ve ES değişkenlerine ait yapısal modelde kullanılacak en iyimi uyumu gösteren ölçüm modelini bulabilmek için, sırasıyla tek faktörlü ölçüm modeli, birinci düzey çok faktörlü ölçüm modeli ve ikinci düzey ölçüm modeli analizleri uygulanacaktır. RA ve FP değişkenleri tek faktörlü bir boyut altında toplandığı için sadece tek faktörlü ölçüm modeli analizi uygulanacaktır.

6.9.4.1.Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Ölçeğine İlişkin DFA

Sonuçları

Kurumsal sosyal sorumluluk ölçeği çok boyutlu bir yapıdan oluştuğu için ilk olarak bu ölçeğe, tek faktörlü DFA ölçüm modeli, ardından birinci düzey DFA ölçüm modeli ve en son ise ikinci düzey DFA ölçüm modeli uygulanmıştır. Burada amaç yapısal eşitlik modelinde hipotez testlerini gerçekleştirmek için KSS ölçeğine ait en uygun ölçüm modelini bulmaktır.

KSS Ölçeği Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli: KSS ölçeğine ilişkin tek faktörlü ve on yedi ifadeden oluşan DFA ölçüm modeli aşağıda şekil 6.6'da gösterilmiştir. şekil 6.6'da yer alan gözlenen değişkenlere ilişkin standardize regresyon katsayıları (faktör yükleri) istatistik programı tarafından yuvarlanmış halidir. şekil 6.6'daki modelin doğrulanıp doğrulanmadığı ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayıları (faktör yüklenimleri), bu katsayıların anlamlılık değerleri (p), iç tutarlılık güvenilirliği (CR) ve uyum iyiliği değerleri incelendikten sonra karar verilmiştir.



Şekil 6. 6. KSS Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli

KSS ölçeği tek faktörlü DFA modelinde ifadelerin faktör yükleri ve anlamlılık değerleri ile modelin yapı güvenirliğine ilişkin bilgiler Tablo 6.15'te yer almaktadır.

Tablo 6. 15. KSS Ölçeği Tek Faktörlü DFA Sonuçları

KSS Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade kodu	Faktör yükü	p değeri (anlamlılık değeri)	Composite Reliability (CR)
Şirketimiz, çevre kirliliğinin azaltılmasına yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.	CEV1	0,868	-	0,74
Şirketimiz, enerji tasarrufuna yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.	CEV2	0,862	***	
Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik geri dönüşüm ve atık yönetimi gibi uygulamalarda bulunmaktadır.	CEV3	0,656	***	
Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik çevre dostu ambalajlar ve konteynerler gibi ürünleri tercih etmektedir.	CEV4	0,640	***	
Şirketimiz, çevrenin korunması ve iyileştirilmesi kapsamında ISO sertifikası gibi belgelendirme faaliyetlerinde bulunmaktadır.	CEV5	0,756	***	
Şirketimiz, müşterilerine karşı açık, tutarlı ve doğru bilgi sağlama konusunda faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS1	0,148	0,038	
Şirketimiz, müşterilerine yönelik kalite güvence kriterlerini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS2	0,302	***	
Şirketimiz, müşterilerine değer veren faaliyet ve uygulamalarda bulunmaktadır.	MUS3	0,173	0,015	
Şirketimiz, müşteri şikâyetlerini zamanında çözecek faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS4	0,355	***	
Şirketimiz, çalışanların sağlığına ve güvenliğine yönelik tedbirlerde bulunmaktadır.	CAL1	0,231	0,001	
Şirketimiz, çalışanlar arasında iş/yaşam dengesini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL2	0,342	***	
Şirketimiz, çalışanların gerçek beceriler kazanmaya ve uzun vadeli kariyer geliştirmelerine yönelik teşvik edici faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL3	0,213	0,003	
Şirketimiz, çalışanların yararına çeşitli etkinliklerde ve faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL4	0,226	0,001	
Şirketimiz, yerel topluluklar ile işbirliği içinde olan şirketlerin işe alım ve satın alma politikalarını desteklemektedir.	TPL1	0,113	0,114	
Şirketimiz, yerel bir toplulukla birlikte bir projeye veya projelere katılım sağlamak ve desteklemektedir.	TPL2	0,103	0,152	
Şirketimiz, çalışanların toplum yararına yönelik faaliyetlere şirket adına gönüllü olarak katılım sağlayabilmeleri için teşvik edici uygulamalarda bulunmaktadır.	TPL3	0,182	0,011	
Şirketimiz, hayır kurum veya kurumlarına bağışta bulunmaktadır.	TPL4	0,140	0,051	
Modelin Tamamı için CR (composite reliability) Değeri: 0,74 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum				

N:215; *** $p < 0,001$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6.15'te KSS ölçeği tek faktörlü DFA modelinin on yedi ifadeden oluştuğu görülmektedir. Yapılan analizin ilk bulguları neticesinde modelin iyi uyum değerlerine sahip olmadığı anlaşılmıştır. Daha sonra modelin en uygun uyum değerlerine ulaşılan kadar faktör yükü 0,40'ın altında olan ifadeler silinerek analize devam edilmiştir. Yapılan tüm analizler neticesinde modelde on iki ifade silinmiş geriye sadece beş ifade silme işlemi sonunda kalmıştır. Fakat ifadelerin silinmesine rağmen uygun bir model çıktısına ulaşılamamıştır. Daha sonra yapılan tüm analizler içerisinde KSS değişkenine ait en uygun uyum değerleri Şekil 6.6'da görüldüğü gibi modifikasyon işlemleri sonucunda ortaya çıktığı anlaşılmıştır (e7<-->e8; e7<-->e9; e10<-->e13; e11<-->e12; e14<-->e15; e16<-->e17). En uygun uyum değerlerini sağlayan modelde ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,103 ile 0,868 arasında değişmektedir. Tablo 6.15'e bakıldığında on iki ifadenin faktör yükü 0,40'ın altında kaldığı anlaşılmakta ve üç ifadenin faktör yükünün değeri istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($p>0,05$); diğer on dört ifadenin faktör yükünün değeri ise istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır ($p<0,05$). KSS ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modelinin bileşik güvenirlik (CR=composite reliability) değerinin 0,74 ve güvenilir bir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür ($CR\geq 0,70$). Her ne kadar ölçüm modeli güvenilir olsa da, ifadelerin hem faktör yükü hem de bu yüklerin anlamlılık değerleri ölçüm modelinin geçerli bir yapıya sahip olmadığını ifade etmektedir. Ayrıca ölçüm modelinin geçerlilik kazanmasında aranması gereken diğer bir gösterge uyum iyiliği değerleridir.

KSS ölçeğinin tek faktörlü ölçüm modeline ilişkin uyum iyiliği değerleri aşağıda Tablo 6.16'da yer almaktadır.

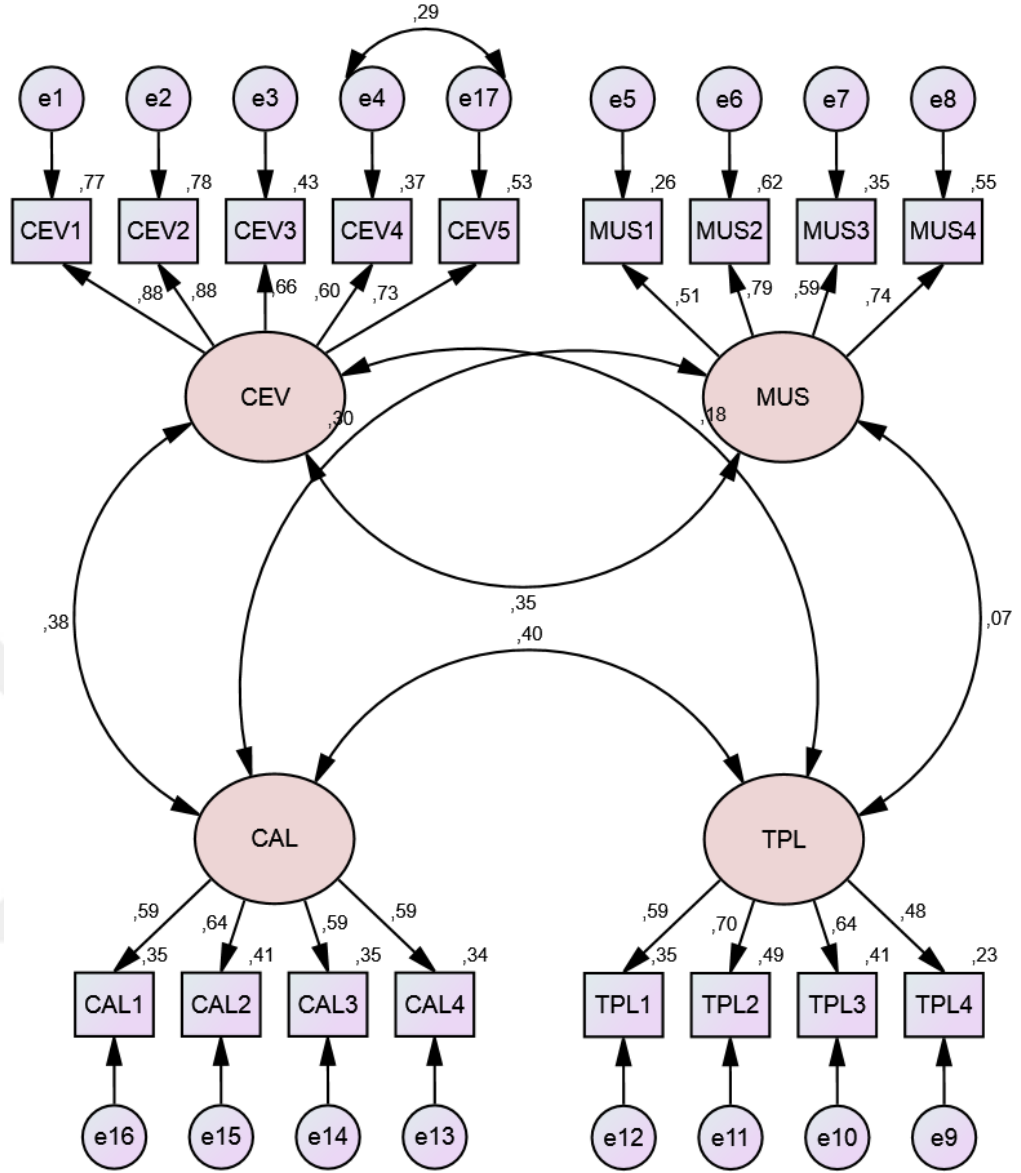
Tablo 6. 16. KSS Ölçeği Tek Faktörlü DFA Uyum İyiliği Değerleri

Endeks	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir değerler	Model Değeri	Sonuç
χ^2/df	≤ 3	$3 \leq \chi^2/df \leq 5$	3,40	Kabul edilebilir
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,11	Kötü
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,11	Kötü
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,77	Kötü
GFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$	0,83	Kötü
AGFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,80$	0,76	Kötü

IFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,77	Kötü
CMIN(χ^2) =381,37($p=0,00$), df =112, χ^2 =Ki-kare; df (sd) = degrees of freedom (serbestlik derecesi); RMSEA = Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); SRMR = Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); CFI = Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); GFI = Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); AGFI = Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); IFI = Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi).				

Tablo 6.16’da görüldüğü üzere uyum iyiliği değerlerinden sadece χ^2/df değerinin kabul edilebilir bir değerde olduğu görülmektedir. Fakat diğer uyum iyiliği değerlerine bakıldığında hiçbirinin kabul edilebilir bir değerde olmadığı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak KSS ölçeğinin tek faktörlü DFA ölçüm modelinin hem faktör yükleri ve anlamlılık değerleri hem de uyum iyiliği endekslerinin istenilen değerlerde olmaması bu ölçüm modelinin geçerli bir yapıya sahip olmadığını ifade etmektedir.

KSS Ölçeği Birinci Düzey DFA Analizi: KSS ölçeğine ilişkin birinci düzey DFA ölçüm modeli aşağıda Şekil 6.7’de gösterilmiştir. Şekilde yer alan gözlenen değişkenlere ilişkin standardize regresyon katsayıları (faktör yükleri) istatistik programı tarafından yuvarlanmış halidir. Şekil 6.7’deki modelin doğrulanıp doğrulanmadığı ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayıları (faktör yüklenimleri), bu katsayıların anlamlılık değerleri (p), iç tutarlılık güvenilirliği (CR) ve uyum iyiliği değerleri incelendikten sonra karar verilmiştir.



Şekil 6. 7. KSS Birinci Düzey DFA Ölçüm Modeli

KSS ölçeği birinci düzey DFA modelinde ifadelerin faktör yükleri ve anlamlılık değerleri ile modelin yapı güvenirliğine ilişkin bilgiler Tablo 6.17’de yer almaktadır.

Tablo 6. 17. KSS Ölçeği Birinci Düzey DFA Sonuçları

Boyut	KSS Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade Kodu	Faktör yükü	p değeri (anlamlılık)	Composite Reliability (CR)
Çevre (CEV)	Şirketimiz, çevre kirliliğinin azaltılmasına yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.	CEV1	0,876	***	0,85
	Şirketimiz, enerji tasarrufuna yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.	CEV2	0,882	***	
	Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik geri dönüşüm ve atık yönetimi gibi uygulamalarda bulunmaktadır.	CEV3	0,658	***	
	Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik çevre dostu ambalajlar ve konteynerler gibi ürünleri tercih etmektedir.	CEV4	0,604	-	
	Şirketimiz, çevrenin korunması ve iyileştirilmesi kapsamında ISO sertifikası gibi belgelendirme faaliyetlerinde bulunmaktadır.	CEV5	0,726	***	
Müşteri (MUS)	Şirketimiz, müşterilerine karşı açık, tutarlı ve doğru bilgi sağlama konusunda faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS1	0,508	***	0,76
	Şirketimiz, müşterilerine yönelik kalite güvence kriterlerini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS2	0,787	***	
	Şirketimiz, müşterilerine değer veren faaliyet ve uygulamalarda bulunmaktadır.	MUS3	0,590	***	
	Şirketimiz, müşteri şikâyetlerini zamanında çözecek faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS4	0,740	-	
Çalışan (CAL)	Şirketimiz, çalışanların sağlığına ve güvenliğine yönelik tedbirlerde bulunmaktadır.	CAL1	0,593	***	0,70
	Şirketimiz, çalışanlar arasında iş/yaşam dengesini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL2	0,637	***	
	Şirketimiz, çalışanların gerçek beceriler kazanmaya ve uzun vadeli kariyer geliştirmelerine yönelik teşvik edici faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL3	0,594	***	
	Şirketimiz, çalışanların yararına çeşitli etkinliklerde ve faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL4	0,587	-	
Toplum (TPL)	Şirketimiz, yerel topluluklar ile işbirliği içinde olan şirketlerin işe alım ve satın alma politikalarını desteklemektedir.	TPL1	0,594	***	0,71
	Şirketimiz, yerel bir toplulukla birlikte bir projeye veya projelere katılım sağlamakta ve desteklemektedir.	TPL2	0,698	***	
	Şirketimiz, çalışanların toplum yararına yönelik faaliyetlere şirket adına gönüllü olarak katılım sağlayabilmeleri için teşvik edici uygulamalarda bulunmaktadır.	TPL3	0,643	***	
	Şirketimiz, hayır kurum veya kurumlarına bağışta bulunmaktadır.	TPL4	0,481	-	
Modelin Tamamı için CR (composite reliability) Değeri: 0,93 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum.					

N:215; *** $p < 0,001$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6.17’de KSS ölçeği birinci düzey DFA ölçüm modeli “çevre, müşteri, çalışan ve toplum” olmak üzere toplam dört boyuttan oluşmaktadır. Ayrıca ölçüm

modelinde, çevre boyutundan beş ifade, müşteri, çalışan ve toplum boyutundan ise dört ifadeden oluşmak üzere toplam on yedi ifadeden oluştuğu görülmektedir. Yapılan analizin ilk bulguları neticesinde modelin iyi uyum endeks değerlerinin bazılarının kabul edilebilir eşik değerlerin sınırında olduğu anlaşılmıştır. Bu doğrultuda modelin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağlaması için “*e13 ve e17*” hata terimleri arasında modifikasyon (düzeltme) işlemi yapılarak analize devam edilmiştir. Düzeltme işlemi yapıldıktan sonra modelin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağladığı anlaşılmıştır. Çevre boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,604 ile 0,882 arasında; müşteri boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,508 ile 0,787 arasında; çalışan boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri yer alan 0,584 ile 0,637 arasında; toplum boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri ise 0,481 ile 0,698 arasında değişmektedir. Bu doğrultuda KSS ölçeği birinci düzey DFA ölçüm modelinde yer alan alt boyutların sahip oldukları ifadelerin faktör yükleri 0,40 değerinin üstünde olduğu anlaşılmakta ve tüm ifadelerin faktör yükünün değeri istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği anlaşılmaktadır ($p < 0,001$). Dolayısıyla herhangi bir ifadenin ölçekten çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Ölçüm modelinde yer alan alt boyutların bileşik güvenirlik ($CR = \text{composite reliability}$) değerlerine bakıldığında sırasıyla, çevre boyutunun 0,85, müşteri boyutunun 0,76, çalışan boyutunun 0,70 ve toplum boyutunun ise 0,71 olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeğin tamamı için bileşik güvenirlik (CR) değeri ise 0,93 olarak hesaplanmıştır. Bu doğrultuda KSS ölçeği birinci düzey DFA ölçüm modelinde hem tüm boyutların hem de modelin tamamı için bileşik güvenirlik (CR) değerlerine bakıldığında, ölçüm modelinin güvenilir bir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür ($CR \geq 0,70$).

KSS ölçeğinin birinci düzey DFA ölçüm modeline ilişkin uyum iyiliği değerleri aşağıda Tablo 6.18’de yer almaktadır.

Tablo 6. 18. KSS Ölçeği Birinci Düzey DFA Uyum İyiliği Değerleri

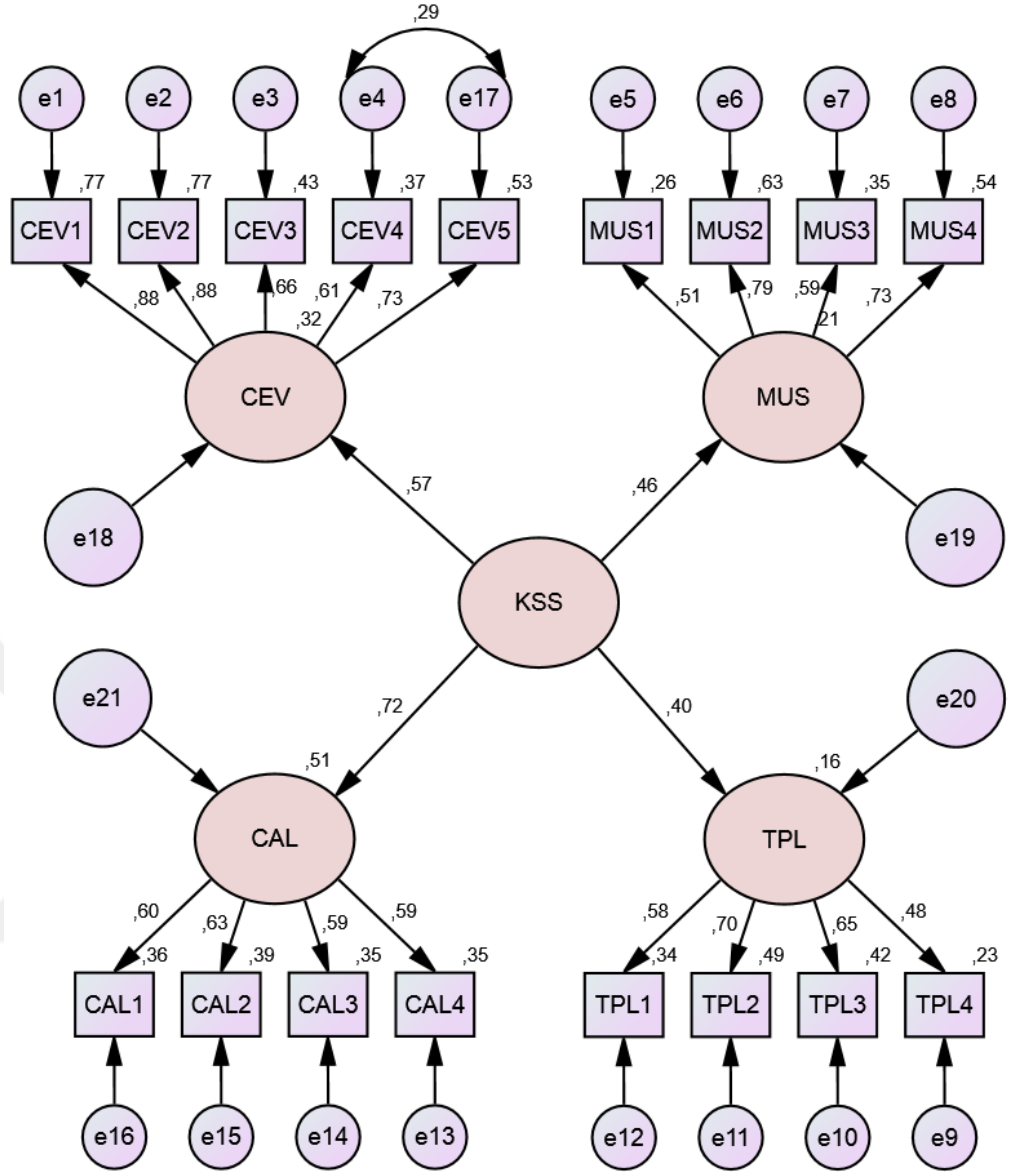
Endeks	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir değerler	Model Değeri	Sonuç
χ^2/df	≤ 3	$3 \leq \chi^2/df \leq 5$	1,87	Mükemmel
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,064	Kabul edilebilir

SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,056	Kabul edilebilir
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,91	Kabul edilebilir
GFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$	0,90	Kabul edilebilir
AGFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,80$	0,86	Kabul edilebilir
IFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,92	Kabul edilebilir
CMIN(χ^2) = 209,76 ($p=0,00$), $df=112$, χ^2=Ki-kare; df (sd)= degrees of freedom (serbestlik derecesi); RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); SRMR= Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); CFI= Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); GFI= Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); AGFI= Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); IFI= Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi). 				

Tablo 6.18’de görüldüğü üzere uyum iyiliği değerlerinden, χ^2/df endeksinin değeri mükemmel, diğer endekslerin ise kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç olarak Tablo 6.17 ve 6.18 baz alınarak yapılan açıklamalar neticesinde, KSS ölçeği alt boyutları kapsamında bulunan ifadelerin, standardize edilmiş regresyon katsayılarının (faktör yükleri) literatürde kabul görmüş değerlerin üzerinde olması ve bu katsayıların istatistiksel olarak anlamlılık ($p<0,001$) göstermesi; ayrıca hem ölçeğin tamamı hem de alt boyutların bileşik güvenilirlik değerleri ($CR\geq 0,70$) ile uyum iyiliği değerlerinin literatürde genel kabul görmüş değerlerde olması KSS ölçeğinin birinci düzey DFA ölçüm modelinin yapı geçerliliği ve güvenilirliğini sağladığının bir kanıtıdır.

KSS Ölçeği İkinci Düzey DFA Analizi: KSS ölçeğine ilişkin ikinci düzey DFA ölçüm modeli aşağıda Şekil 6.8’de gösterilmiştir. Şekil 6.8’de yer alan gözlenen değişkenlere ilişkin standardize regresyon katsayıları (faktör yükleri) istatistik programı tarafından yuvarlanmış halidir. Şekildeki modelin doğrulanıp doğrulanmadığı ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayıları (faktör yüklenimleri), bu katsayıların anlamlılık değerleri (p), iç tutarlılık güvenilirliği (CR) ve uyum iyiliği değerleri incelendikten sonra karar verilmiştir.



Şekil 6. 8. KSS İkinci Düzey DFA Ölçüm Modeli

KSS ölçeği ikinci düzey DFA modelinde ifadelerin faktör yükleri ve anlamlılık değerleri ile modelin yapı güvenilirliğine ilişkin bilgiler Tablo 6.19’da yer almaktadır.

Tablo 6. 19. KSS Ölçeği İkinci Düzey DFA Sonuçları

Boyut	KSS Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade Kodu	Faktör yükü	p değeri (anlamlılık değeri)	Composite Reliability (CR)
Çevre (CEV)	Şirketimiz, çevre kirliliğinin azaltılmasına yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.	CEV1	0,879	***	0,87
	Şirketimiz, enerji tasarrufuna yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.	CEV2	0,880	***	
	Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik geri dönüşüm ve atık yönetimi gibi uygulamalarda bulunmaktadır.	CEV3	0,656	***	
	Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik çevre dostu ambalajlar ve konteynerler gibi ürünleri tercih etmektedir.	CEV4	0,607	-	
	Şirketimiz, çevrenin korunması ve iyileştirilmesi kapsamında ISO sertifikası gibi belgelendirme faaliyetlerinde bulunmaktadır.	CEV5	0,725	***	
Müşteri (MUST)	Şirketimiz, müşterilerine karşı açık, tutarlı ve doğru bilgi sağlama konusunda faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS1	0,510	***	0,76
	Şirketimiz, müşterilerine yönelik kalite güvence kriterlerini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS2	0,792	***	
	Şirketimiz, müşterilerine değer veren faaliyet ve uygulamalarda bulunmaktadır.	MUS3	0,592	***	
	Şirketimiz, müşteri şikâyetlerini zamanında çözecek faaliyetlerde bulunmaktadır.	MUS4	0,732	-	
Çalışan (CAL)	Şirketimiz, çalışanların sağlığına ve güvenliğine yönelik tedbirlerde bulunmaktadır.	CAL1	0,601	***	0,70
	Şirketimiz, çalışanlar arasında iş/yaşam dengesini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL2	0,627	***	
	Şirketimiz, çalışanların gerçek beceriler kazanmaya ve uzun vadeli kariyer geliştirmelerine yönelik teşvik edici faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL3	0,593	***	
	Şirketimiz, çalışanların yararına çeşitli etkinliklerde ve faaliyetlerde bulunmaktadır.	CAL4	0,591	-	
Toplum (TPL)	Şirketimiz, yerel topluluklar ile işbirliği içinde olan şirketlerin işe alım ve satın alma politikalarını desteklemektedir.	TPL1	0,584	***	0,70
	Şirketimiz, yerel bir toplulukla birlikte bir projeye veya projelere katılım sağlamakta ve desteklemektedir.	TPL2	0,702	***	
	Şirketimiz, çalışanların toplum yararına yönelik faaliyetlere şirket adına gönüllü olarak katılım sağlayabilmeleri için teşvik edici uygulamalarda bulunmaktadır.	TPL3	0,648	***	
	Şirketimiz, hayır kurum veya kurumlarına bağışta bulunmaktadır.	TPL4	0,482	-	
Modelin Tamamı için CR (composite reliability) Değeri: 0,93 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum.					

N:215; *** $p < 0,001$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6.19’da KSS ölçeği ikinci düzey DFA ölçüm modeli “çevre, müşteri, çalışan ve toplum” olmak üzere toplam dört boyuttan oluşmaktadır. Ayrıca ölçüm

modeli, çevre boyutundan beş ifade, müşteri, çalışan ve toplum boyundan ise dört ifadeden oluşmak üzere toplam on yedi ifadeden oluştuğu görülmektedir. Yapılan analizin ilk bulguları neticesinde modelin uyum iyiliği endeks değerlerinin bazılarının kabul edilebilir eşik değerlerin sınırında olduğu anlaşılmıştır. Bu doğrultuda modelin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağlaması için “*e1* ve *e2*” hata terimleri arasında modifikasyon (düzeltme) işlemi yapılarak analize devam edilmiştir. Düzeltme işlemi yapıldıktan sonra modelin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağladığı anlaşılmıştır. Çevre boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,607 ile 0,880 arasında; müşteri boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,510 ile 0,792 arasında; çalışan boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,591 ile 0,627 arasında; toplum boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri ise 0,482 ile 0,702 arasında değişmektedir. Bu doğrultuda KSS ölçeği ikinci düzey DFA ölçüm modelinde yer alan alt boyutların sahip oldukları ifadelerin faktör yükleri 0,40 değerinin üstünde olduğu ve tüm ifadelerin faktör yükünün istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği anlaşılmaktadır ($p<0,001$). Dolayısıyla herhangi bir ifadenin ölçekten çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Ölçüm modelinde yer alan alt boyutların bileşik güvenirlik ($CR=$ *composite reability*) değerlerine bakıldığında sırasıyla, çevre boyutunun 0,87, müşteri boyutunun 0,76, çalışan boyutunun 0,70 ve toplum boyutunun ise 0,70 olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeğin tamamı için bileşik güvenirlik (CR) değeri ise 0,93 olarak hesaplanmıştır. Bu doğrultuda KSS ölçeği ikinci düzey DFA ölçüm modelinde hem tüm boyutların hem de modelin tamamı için bileşik güvenirlik (CR) değerlerine bakıldığında, ölçüm modelinin güvenilir bir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür ($CR\geq 0,70$).

Tablo 6. 20. KSS İkinci Düzey DFA Uyum İyiliği Değerleri

Endeks	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir değerler	Model Değeri	Sonuç
χ^2/df	≤ 3	$3 \leq \chi^2/df \leq 5$	1,90	Mükemmel
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,065	Kabul edilebilir
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,063	Kabul edilebilir
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,91	Kabul edilebilir
GFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$	0,90	Kabul edilebilir
AGFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,80$	0,86	Kabul edilebilir
IFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,91	Kabul edilebilir

CMIN(χ^2) = 217,045 ($p=0,00$), $df=114$,
 χ^2 =Ki-kare; df (sd)= degrees of freedom (serbestlik derecesi); **RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); **SRMR**= Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); **CFI**= Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); **GFI**= Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); **AGFI**= Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); **IFI**= Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi).**

Tablo 6.20’de görüldüğü üzere uyum iyiliği değerlerinden, χ^2/df endeksinin değeri mükemmel, diğer endekslerin ise kabul edilebilir değerlerde olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç olarak Tablo 6.19 ve 6.20 temel alınarak yapılan açıklamalar neticesinde, KSS ölçeği alt boyutları kapsamında bulunan ifadelerin, standardize edilmiş regresyon katsayılarının (faktör yükleri) literatürde kabul görmüş değerin ($>0,40$) üzerinde olması ve bu katsayıların istatistiksel olarak anlamlılık ($p<0,001$) göstermesi; ayrıca hem ölçeğin tamamı hem de alt boyutların bileşik güvenilirlik değerleri ($CR \geq 0,70$) ile uyum iyiliği değerlerinin literatürde genel kabul görmüş değerlerde olması KSS ölçeğinin ikinci düzey DFA ölçüm modelinin yapı geçerliliği ve güvenilirliğini sağladığının bir kanıtıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ölçeğine ilişkin yapılan doğrulayıcı faktör analizi kapsamında tek faktörlü ölçüm modeli, birinci düzey ölçüm modeli ve ikinci düzey ölçüm modeli olmak üzere üç ölçüm modeli oluşturularak değerlendirilmiştir. KSS ölçeğine ilişkin yapılan ölçüm modellerinin amacı daha önce ifade edildiği gibi araştırma modeline en iyi uyumu gösterecek ölçüm modelini bulmaktır. Şimdiye kadar

yapılan ölçüm modellerinin hangisinin araştırma modelinde kullanılmasının daha uygun olduğuna karar vermek için bu modellerin sahip olduğu uyum iyiliği değerlerine bakmak gerekir. Aşağıda Tablo 6.21’de şimdiye kadar KSS ölçeğine ilişkin yapılan doğrulayıcı faktör analizi ölçüm modelleri ve uyum iyiliği değerleri yer almaktadır.

Tablo 6. 21. KSS Ölçeği DFA Ölçüm Modellerine İlişkin Uyum İyiliği Değerleri

Ölçüm Modeli	CMIN (χ^2)	df	χ^2/df	RMSEA	SRMR	CFI	GFI	AGFI	IFI
Birinci Düzey DFA	209,76	112	1,87	0,065	0,056	0,91	0,90	0,86	0,92
İkinci Düzey DFA	217,04	114	1,90	0,065	0,063	0,91	0,90	0,86	0,92
Tek Faktörlü DFA	381,37	112	3,40	0,11	0,11	0,77	0,83	0,76	0,77

χ^2 =Ki-kare; df (sd)= degrees of freedom (serbestlik derecesi); RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); SRMR= Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); CFI= Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); GFI= Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); AGFI= Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); IFI= Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi).

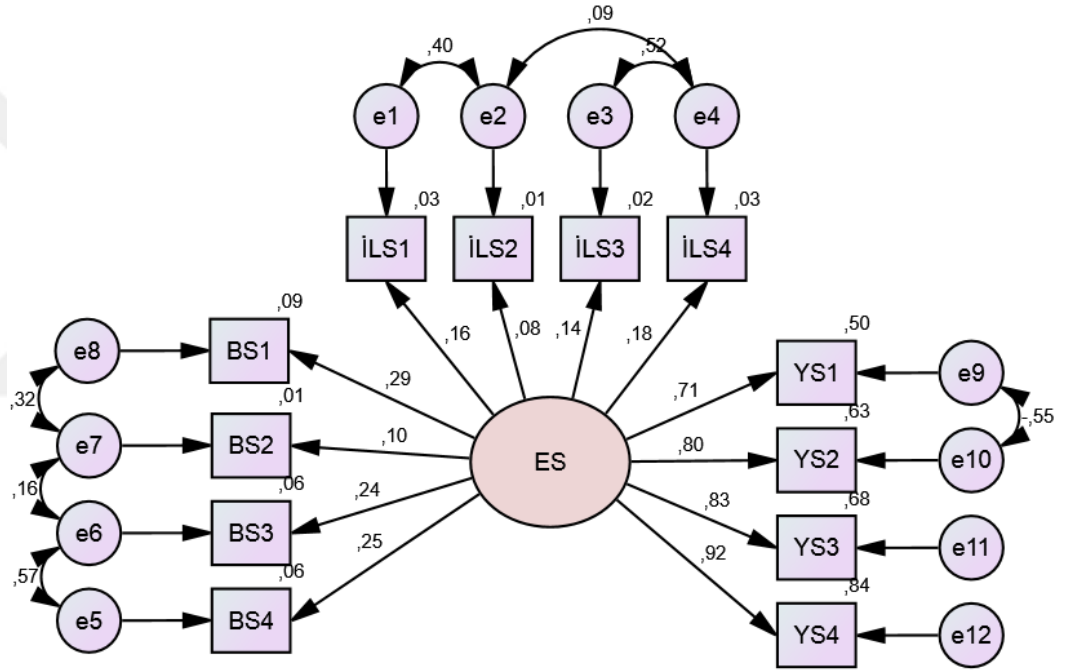
Tablo 6.21 incelendiğinde KSS ölçeği tek faktörlü DFA modelinin uyum iyiliği değerleri χ^2/df (3,40) dışında tüm uyum iyiliği değerleri kabul edilen sınırların dışındadır. Dolayısıyla bu durum KSS ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modelinin doğrulanmadığını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra birinci düzey DFA modeli ile ikinci düzey DFA modelinin birbirine oldukça yakın değerlerde olduğu görülmektedir. Birinci düzey DFA modeli ile ikinci düzey DFA modeli aynı olsada, yapısal modelde her iki modelinde kullanılmasında sakınca bulunmadığını söylemek mümkündür. Buradan hareketle, bu araştırma modeli kapsamında oluşturulan hipotezlerin doğru ve güvenilir sonuçlar doğurması açısından, KSS ölçeğinin ikinci düzey DFA ölçüm modelinin kullanılmasının daha uygun olduğuna karar verilmiştir.

6.9.4.2. Entelektüel Sermaye (ES) Ölçeğine İlişkin DFA Sonuçları

Entelektüel sermaye ölçeği çok boyutlu bir yapıdan oluştuğu için ilk olarak bu ölçeğe, tek faktörlü DFA ölçüm modeli, ardından birinci düzey DFA ölçüm modeli ve en son ise ikinci düzey DFA ölçüm modeli uygulanmıştır. Burada amaç yapısal eşitlik

modelinde hipotez testlerini gerçekleştirmek için ES ölçeğine ait en uygun ölçüm modelini bulmaktır.

ES Ölçeği Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli: ES ölçeğine ilişkin tek faktörlü ve on iki ifadeden oluşan DFA ölçüm modeli aşağıda Şekil 6.9’da gösterilmiştir. Şekil 6.9’da yer alan gözlenen değişkenlere ilişkin standardize regresyon katsayıları (faktör yükleri) istatistik programı tarafından yuvarlanmış halidir. Şekildeki modelin doğrulanıp doğrulanmadığı ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayıları (faktör yüklenimleri), bu katsayıların anlamlılık değerleri (p), iç tutarlılık güvenilirliği (CR) ve uyum iyiliği değerleri incelendikten sonra karar verilmiştir.



Şekil 6. 9. ES Ölçeği Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli

ES ölçeği tek faktörlü DFA modelinde ifadelerin faktör yükleri ve anlamlılık değerleri ile modelin yapı güvenilirliğine ilişkin bilgiler Tablo 6.22’de yer almaktadır.

Tablo 6. 22. ES Ölçeği Tek Faktörlü DFA Sonuçları

ES Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade kodu	Faktör yükü	p değeri (anlamlılık değeri)	Composite Reliability (CR)
Şirket çalışanları, görevlerini tatmin edici bir şekilde yerine getirirken yeterli ve uygun bir deneyime sahiptir.	BS1	0,293	0,044	0,71
Şirket çalışanları, kendi çıkarları ile şirket çıkarlarını eşit düzeyde tutar.	BS2	0,105	0,213	
Şirket çalışanları, şirketteki iş süreçlerine veya faaliyetlere ilişkin yeni bilgi ve fikir önerilerinde bulunmaları için teşvik edilir.	BS3	0,237	0,058	
Şirket çalışanları, işlerinde yetenekli ve yeterlidir.	BS4	0,248	0,054	
Şirketimiz, şirket hedeflerine yönelik ortak değerler ve inançlar sistemine sahiptir.	YS1	0,705	0,025	
Şirketimiz, iyi belgelenmiş sistemlere ve prosedürlere sahiptir.	YS2	0,796	0,024	
Şirketimiz, çeşitli patentlere, lisanslara ve telif haklarına sahiptir.	YS3	0,827	0,024	
Şirketimiz iletişim, koordinasyon ve bilgi dağıtımı için BİT'leri kullanmaktadır (BİT:Bulut Bilgi Teknolojileri).	YS4	0,917	0,023	
Şirketimiz, piyasa ihtiyaçları ve eğilimleri hakkında değerli ve faydalı bilgilerin çoğunu müşterilerimizin portföyünden elde etmektedir.	İLS1	0,159	-	
Şirketimiz, toplum refahına katkı sağlayacak sosyal yardım faaliyetlerine aktif olarak katılmakta ve düzenlemektedir.	İLS2	0,082	0,207	
Şirketimiz, ürün ve hizmet kalitesini geliştirmek ve iyileştirmek için tedarikçilerle ortak çalışır.	İLS3	0,139	0,136	
Şirketimiz, tedarikçilerimizle ilişkiler kurarak üretim süreçlerini geliştirmektedir.	İLS4	0,175	0,092	
Modelin Tamamı için CR (composite reliability) Değeri: 0,71 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum				

N:215; $p < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6.22’de ES ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modelinin on iki ifadeden oluştuğu görülmektedir. Yapılan analizin ilk bulguları neticesinde modelin iyi uyum değerlerine sahip olmadığı anlaşılmıştır. Daha sonra modelin en uygun uyum değerlerine ulaşılan kadar faktör yükü 0,40’ın altında olan ifadeler silinerek analize devam edilmiştir. Yapılan tüm analizler neticesinde modelde sekiz ifade silinmiş geriye sadece dört ifade silme işlemi sonunda kalmıştır. Fakat ifadelerin silinmesine rağmen uygun bir model çıktısına ulaşılamamıştır. Daha sonra yapılan tüm analizler içerisinde KSS değişkenine ait en uygun uyum değerleri Şekil 6.9’da da görüldüğü

gibi modifikasyon işlemleri sonucunda ortaya çıktığı anlaşılmıştır ($e1 \leftrightarrow e2$; $e3 \leftrightarrow e4$; $e5 \leftrightarrow e6$; $e9 \leftrightarrow e10$; $e11 \leftrightarrow e12$; $e9 \leftrightarrow e12$). ES değişkenine ilişkin ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,082 ile 0,917 arasında değişmektedir. Tablo 6.22'ye bakıldığında sekiz ifadenin faktör yükü 0,40'ın altında kaldığı anlaşılmakta ve altı ifadenin faktör yükünün değeri istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($p > 0,05$); diğer altı ifadenin faktör yükünün değeri ise istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,05$) olduğu anlaşılmaktadır. ES ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modelinin bileşik güvenirlik ($CR = \text{composite reliability}$) değerinin 0,71 olduğu ve güvenilir bir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür ($CR \geq 0,70$). Her ne kadar ölçüm modeli güvenilir olsa da ifadelerin hem faktör yükü hem de bu yüklerin anlamlılık değerleri ölçüm modelinin geçerli bir yapıya sahip olmadığını göstermektedir. Ayrıca ölçüm modelinin geçerlilik kazanmasında aranması gereken diğer bir gösterge ise uyum iyiliği değerleridir.

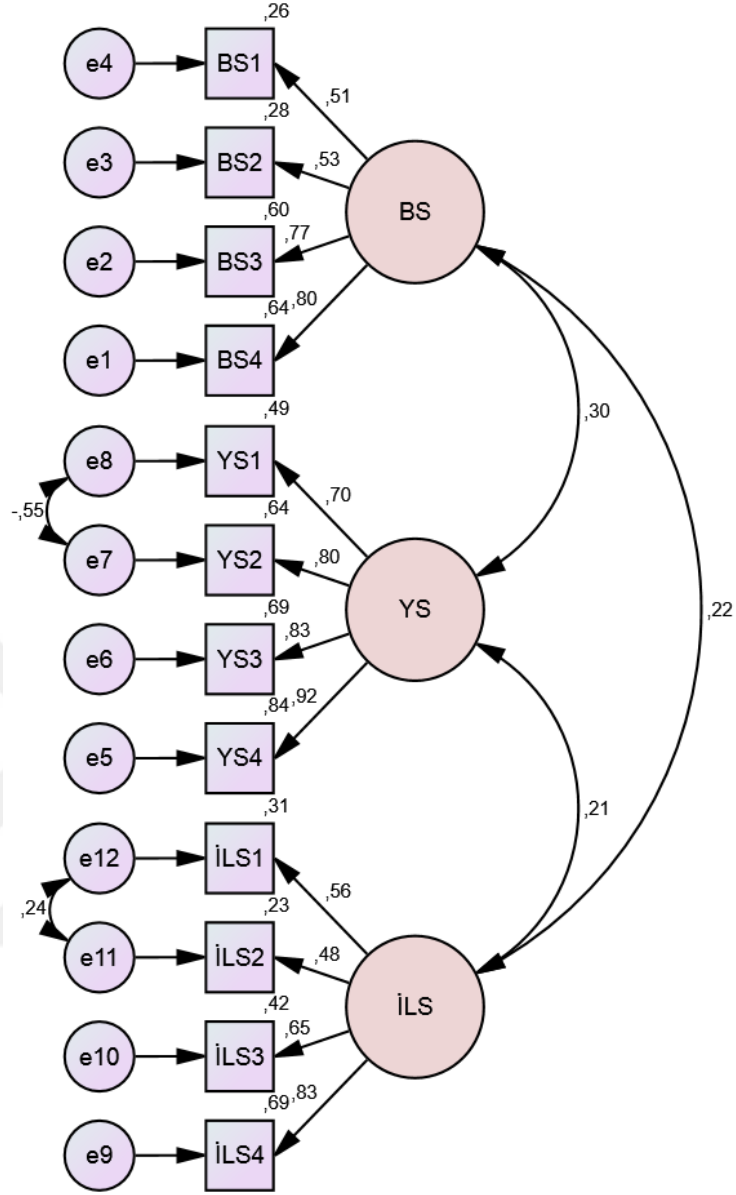
ES ölçeğinin tek faktörlü ölçüm modeline ilişkin uyum iyiliği değerleri aşağıda Tablo 6.23'te yer almaktadır.

Tablo 6. 23. ES Ölçeği Tek Faktörlü DFA Uyum İyiliği Değerleri

Endeks	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir değerler	Model Değeri	Sonuç
χ^2/df	≤ 3	$3 \leq \chi^2/df \leq 5$	4,64	Kabul edilebilir
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,13	Kötü
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,11	Kötü
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,83	Kötü
GFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$	0,86	Kabul edilebilir
AGFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,80$	0,77	Kötü
IFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,83	Kötü
CMIN(χ^2) = 218,029 ($p = 0,00$), $df = 47$, χ^2=Ki-kare; df (sd)= degrees of freedom (serbestlik derecesi); RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); SRMR= Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); CFI= Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); GFI= Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); AGFI= Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); IFI= Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi).				

Tablo 6.23’te görüldüğü üzere uyum iyiliği değerlerinden sadece χ^2/df değeri ile GFI değerinin kabul edilebilir bir değerde olduğu görülmektedir. Fakat diğer uyum iyiliği değerlerine bakıldığında hiçbirinin kabul edilebilir bir değerde olmadığı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak ES ölçeğinin tek faktörlü DFA ölçüm modelinin hem faktör yükleri ve anlamlılık değerleri hem de uyum iyiliği endekslerinin istenilen değerlerde olmaması bu ölçüm modelinin geçerli bir yapıya sahip olmadığını ifade etmektedir.

ES Ölçeği Birinci Düzey DFA Analizi: ES ölçeğine ilişkin birinci düzey DFA ölçüm modeli aşağıda Şekil 6.10’da gösterilmiştir. Şekil 6.10’da yer alan gözlenen değişkenlere ilişkin standardize regresyon katsayıları (faktör yükleri) istatistik programı tarafından yuvarlanmış halidir. Şekildeki modelin doğrulanıp doğrulanmadığı ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayıları (faktör yüklenimleri), bu katsayıların anlamlılık değerleri (p), iç tutarlılık güvenilirliği (CR) ve uyum iyiliği değerleri incelendikten sonra karar verilmiştir.



Şekil 6. 10. ES Ölçeği Birinci Düzey DFA Ölçüm Modeli

ES ölçeği birinci düzey DFA ölçüm modelinde ifadelerin faktör yükleri ve anlamlılık değerleri ile modelin yapı güvenirliğine ilişkin bilgiler Tablo 6.24'te yer almaktadır.

Tablo 6. 24. ES Ölçeği Birinci Düzey DFA Sonuçları

Boyut	ES Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade Kodu	Faktör yükü	p değeri (anlamlılık değeri)	Composite Reliability (CR)
Beşeri Sermaye (BS)	Şirket çalışanları, görevlerini tatmin edici bir şekilde yerine getirirken yeterli ve uygun bir deneyime sahiptir.	BS1	0,506	***	0,75
	Şirket çalışanları, kendi çıkarları ile şirket çıkarlarını eşit düzeyde tutar.	BS2	0,526	***	
	Şirket çalışanları, şirketteki iş süreçlerine veya faaliyetlere ilişkin yeni bilgi ve fikir önerilerinde bulunmaları için teşvik edilir.	BS3	0,772	***	
	Şirket çalışanları, işlerinde yetenekli ve yeterlidir.	BS4	0,802	-	
Yapısal Sermaye (YS)	Şirketimiz, şirket hedeflerine yönelik ortak değerler ve inançlar sistemine sahiptir.	YS1	0,703	***	0,89
	Şirketimiz, iyi belgelenmiş sistemlere ve prosedürlere sahiptir.	YS2	0,800	***	
	Şirketimiz, çeşitli patentlere, lisanslara ve telif haklarına sahiptir.	YS3	0,828	***	
	Şirketimiz iletişim, koordinasyon ve bilgi dağıtımı için BİT'leri kullanmaktadır (BİT:Bulut Bilgi Teknolojileri).	YS4	0,916	-	
İlişkisel Sermaye (İLS)	Şirketimiz, piyasa ihtiyaçları ve eğilimleri hakkında değerli ve faydalı bilgilerin çoğunu müşterilerimizin portföyünden elde etmektedir.	İLS1	0,561	***	0,73
	Şirketimiz, toplum refahına katkı sağlayacak sosyal yardım faaliyetlerine aktif olarak katılmakta ve düzenlemektedir.	İLS2	0,476	***	
	Şirketimiz, ürün ve hizmet kalitesini geliştirmek ve iyileştirmek için tedarikçilerle ortak çalışır.	İLS3	0,650	***	
	Şirketimiz, tedarikçilerimizle ilişkiler kurarak üretim süreçlerini geliştirmektedir.	İLS4	0,831	-	
Modelin Tamamı için CR (composite reliability) Değeri: 0,92 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum.					

N:215; ***p<0,001 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6.24'te ES ölçeği birinci düzey DFA ölçüm modeli “*beşeri sermaye, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye*” olmak üzere toplam üç boyuttan oluşmaktadır. Ayrıca ölçüm modelinde, beşerî sermaye yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye boyutlarından dört ifade olmak üzere ölçeğin toplam on iki ifadeden oluştuğu görülmektedir. Yapılan analizin ilk bulguları neticesinde modelin iyi uyum endeks değerlerinin bazılarının kabul edilebilir eşik değerlerin sınırında olduğu anlaşılmıştır. Bu doğrultuda modelin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağlaması için “*e7 ve e8*” hata terimleri arasında modifikasyon (düzeltme) işlemi yapılarak analize devam

edilmiştir. Düzeltme işlemi yapıldıktan sonra modelin bazı uyum iyiliği değerlerinin hala kabul edilebilir eşik değerlerin sınırında olduğu anlaşılmıştır. Daha sonra analize devam edilerek “*e11* ve *e12*” hata terimleri arasında düzeltme işlemi yapılması durumunda uyum iyiliği değerlerinin artacağı saptanmış ve analiz tekrar edilmiştir. Düzeltme işlemi yapıldıktan sonra modelin tüm uyum iyiliği değerlerinin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağladığı anlaşılmıştır. Tablo 6.24’e göre, beşerî sermaye boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,506 ile 0,802 arasında; yapısal sermaye boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,703 ile 0,916 arasında; ilişkisel sermaye boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri yer alan 0,476 ile 0,831 arasında değişmektedir. Bu doğrultuda ES ölçeği birinci düzey DFA ölçüm modelinde yer alan boyutların sahip oldukları ifadelerin faktör yükleri 0,40 değerinin üstünde olduğu anlaşılmakta ve tüm ifadelerin faktör yükünün değeri istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği anlaşılmaktadır ($p < 0,001$). Dolayısıyla herhangi bir ifadenin ölçekten çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Ölçüm modelinde yer alan alt boyutların bileşik güvenirlik (CR=Composite Reability) değerlerine bakıldığında sırasıyla, beşerî sermaye boyutunun 0,75, yapısal sermaye boyutunun 0,89 ve ilişkisel sermaye boyutunun 0,73 olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeğin tamamı için bileşik güvenirlik (CR) değeri ise 0,92 olarak hesaplanmıştır. Bu doğrultuda ES ölçeği birinci düzey DFA ölçüm modelinde hem tüm boyutların hem de modelin tamamı için bileşik güvenirlik (CR) değerlerine bakıldığında, ölçüm modelinin güvenilir bir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür ($CR \geq 0,70$).

ES ölçeğinin birinci düzey DFA ölçüm modeline ilişkin uyum iyiliği değerleri aşağıda Tablo 6.25’te yer almaktadır.

Tablo 6. 25. ES Ölçeği Birinci Düzey DFA Uyum İyiliği Değerleri

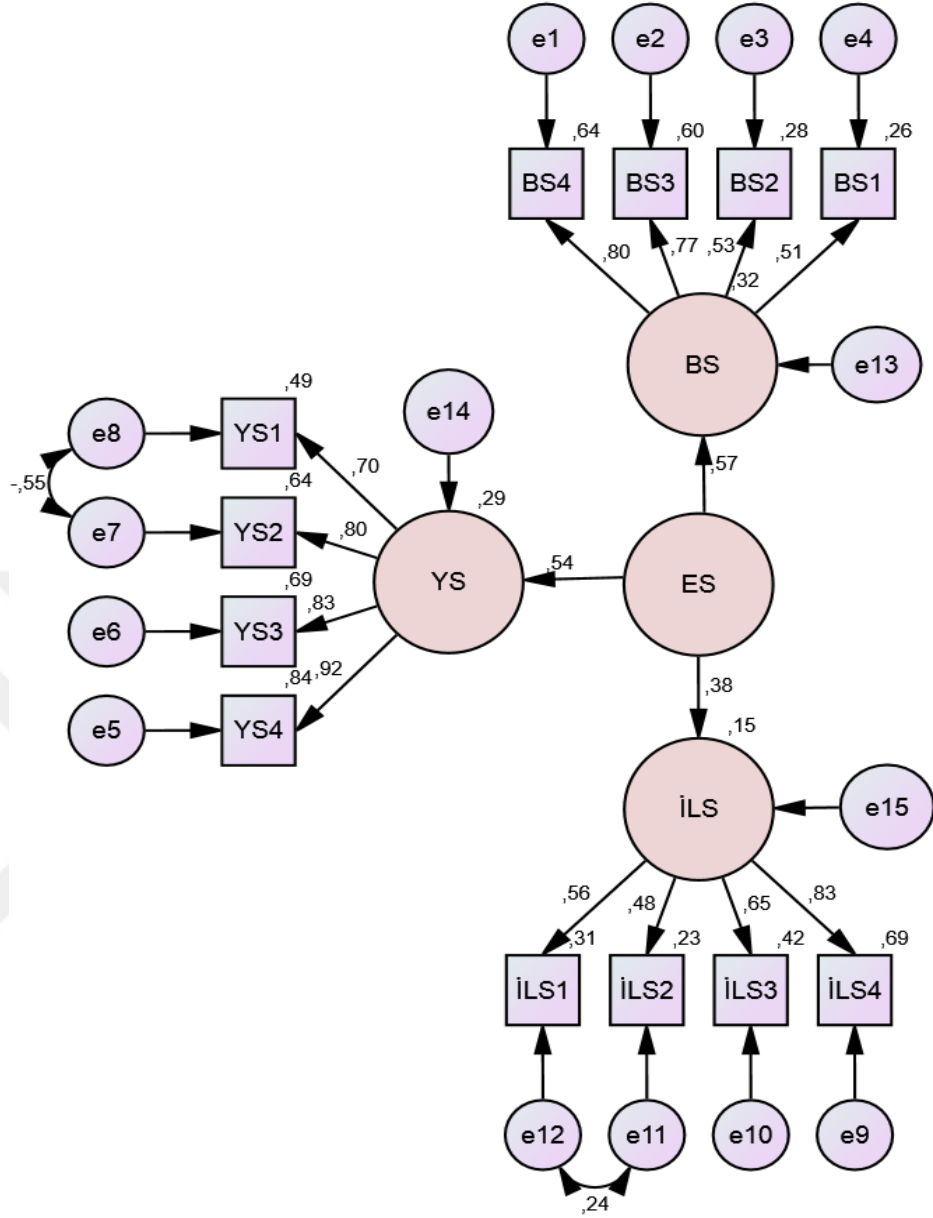
Endeks	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir değerler	Model Değeri	Sonuç
χ^2/df	≤ 3	$3 \leq \chi^2/df \leq 5$	2,24	Mükemmel
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,07	Kabul edilebilir
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,06	Kabul edilebilir
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,94	Kabul edilebilir

GFI	≥0,95	≥0,85	0,92	Kabul edilebilir
AGFI	≥0,95	≥0,80	0,87	Kabul edilebilir
IFI	≥0,95	≥0,90	0,94	Kabul edilebilir
CMIN(χ^2) = 109,72 (p=0,00), df=49, χ^2 =Ki-kare; df (sd) = degrees of freedom (serbestlik derecesi); RMSEA = Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); SRMR = Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); CFI = Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); GFI = Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); AGFI = Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); IFI = Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi).				

Tablo 6.25'te görüldüğü üzere uyum iyiliği değerlerinden, χ^2/df endeksinin değeri mükemmel, diğer endekslerin ise kabul edilebilir bir değerde olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç olarak Tablo 6.24 ve 6.25'te yapılan açıklamalar neticesinde, ES ölçeği alt boyutları kapsamında bulunan ifadelerin, standardize edilmiş regresyon katsayılarının (faktör yükleri) literatürde kabul görmüş değer ($>0,40$) üzerinde olması ve bu katsayıların istatistiksel olarak anlamlılık ($p<0,001$) göstermesi; ayrıca hem ölçeğin tamamı hem de alt boyutların bileşik güvenilirlik değerleri ($CR\geq 0,70$) ile uyum iyiliği değerlerinin literatürde genel kabul görmüş değerlerde olması ES ölçeğinin birinci düzey DFA ölçüm modelinin yapı geçerliliği ve güvenilirliğini sağladığının bir kanıtıdır.

ES Ölçeği İkinci Düzey DFA Analizi: ES ölçeğine ilişkin ikinci düzey DFA ölçüm modeli aşağıda Şekil 6.11'de gösterilmiştir. Şekil 6.11'de yer alan gözlenen değişkenlere ilişkin standardize regresyon katsayıları (faktör yükleri) istatistik programı tarafından yuvarlanmış halidir. Şekildeki modelin doğrulanıp doğrulanmadığı ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayıları (faktör yüklenimleri), bu katsayıların anlamlılık değerleri (p), iç tutarlılık güvenilirliği (CR) ve uyum iyiliği değerleri incelendikten sonra karar verilmiştir.



Şekil 6. 11. ES Ölçeği İkinci Düzey DFA Ölçüm Modeli

ES ölçeği ikinci düzey DFA modelinde ifadelerin faktör yükleri ve anlamlılık değerleri ile modelin yapı güvenilirliğine ilişkin bilgiler Tablo 6.26’da yer almaktadır.

Tablo 6. 26. ES Ölçeği İkinci Düzey DFA Sonuçları

Boyut	ES Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade Kodu	Faktör yükü	p değeri (anamlılık değeri)	Composite Reliability (CR)
Beşeri Sermaye (BS)	Şirket çalışanları, görevlerini tatmin edici bir şekilde yerine getirirken yeterli ve uygun bir deneyime sahiptir.	BS1	0,506	***	0,75
	Şirket çalışanları, kendi çıkarları ile şirket çıkarlarını eşit düzeyde tutar.	BS2	0,526	***	
	Şirket çalışanları, şirketteki iş süreçlerine veya faaliyetlere ilişkin yeni bilgi ve fikir önerilerinde bulunmaları için teşvik edilir.	BS3	0,772	***	
	Şirket çalışanları, işlerinde yetenekli ve yeterlidir.	BS4	0,802	-	
Yapısal Sermaye	Şirketimiz, şirket hedeflerine yönelik ortak değerler ve inançlar sistemine sahiptir.	YS1	0,703	***	0,89
	Şirketimiz, iyi belgelenmiş sistemlere ve prosedürlere sahiptir.	YS2	0,800	***	
	Şirketimiz, çeşitli patentlere, lisanslara ve telif haklarına sahiptir.	YS3	0,828	***	
	Şirketimiz iletişim, koordinasyon ve bilgi dağıtımı için BİT'leri kullanmaktadır (BİT:Bulut Bilgi Teknolojileri).	YS4	0,916	-	
İlişkisel Sermaye (İLS)	Şirketimiz, piyasa ihtiyaçları ve eğilimleri hakkında değerli ve faydalı bilgilerin çoğunu müşterilerimizin portföyünden elde etmektedir.	İLS1	0,561	***	0,73
	Şirketimiz, toplum refahına katkı sağlayacak sosyal yardım faaliyetlerine aktif olarak katılmakta ve düzenlemektedir.	İLS2	0,476	***	
	Şirketimiz, ürün ve hizmet kalitesini geliştirmek ve iyileştirmek için tedarikçilerle ortak çalışır.	İLS3	0,650	***	
	Şirketimiz, tedarikçilerimizle ilişkiler kurarak üretim süreçlerini geliştirmektedir.	İLS4	0,831	-	
Modelin Tamamı için CR (composite reliability) Değeri: 0,92 Faktör Yükü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum.					

N:215; ***p<0,001 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6.26’da ES ölçeği ikinci düzey DFA ölçüm modeli “*beşeri sermaye, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye*” olmak üzere toplam üç boyuttan oluşmaktadır. Ayrıca ölçüm modelinde, beşerî sermaye, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye boyutundan da dört ifade olmak üzere ES değişkenin toplam on iki ifadeden oluştuğu görülmektedir. Yapılan analizin ilk bulguları neticesinde modelin iyi uyum endeks değerlerinin bazılarının kabul edilebilir eşik değerlerin sınırında olduğu anlaşılmıştır. Bu doğrultuda modelin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağlaması için “*e7 ve e8*” hata terimleri arasında modifikasyon (düzeltme) işlemi yapılarak analize devam edilmiştir. Düzeltme işlemi yapıldıktan sonra modelin bazı uyum iyiliği değerlerinin

hala kabul edilebilir eşik değerlerin sınırında olduğu anlaşılmıştır. Daha sonra “*ell ve el2*” hata terimleri arasında düzeltme işlemi yapılması durumunda uyum iyiliği değerlerinin artacağı saptanmış ve analiz tekrar edilmiştir. Düzeltme işlemi yapıldıktan sonra modelin tüm uyum iyiliği değerlerinin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağladığı anlaşılmıştır. Beşerî sermaye boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,506 ile 0,802 arasında; yapısal sermaye boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,703 ile 0,916 arasında; ilişkisel sermaye boyutu altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri yer alan 0,476 ile 0,831 arasında değişmektedir. Bu doğrultuda ES ölçeği ikinci düzey DFA ölçüm modelinde yer alan boyutların sahip oldukları ifadelerin faktör yükleri 0,40 değerinin üstünde olduğu anlaşılmakta ve tüm ifadelerin faktör yükünün değeri istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği anlaşılmaktadır ($p < 0,001$). Dolayısıyla herhangi bir ifadenin ölçekten çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Ölçüm modelinde yer alan alt boyutların bileşik güvenirlik (CR= Composite Reliability) değerlerine bakıldığında sırasıyla, beşerî sermaye boyutunun 0,75, yapısal sermaye boyutunun 0,89 ve ilişkisel sermaye boyutunun 0,73 olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeğin tamamı için bileşik güvenirlik (CR) değeri ise 0,92 olarak hesaplanmıştır. Bu doğrultuda ES ölçeği ikinci düzey DFA ölçüm modelinde hem tüm boyutların hem de modelin tamamı için bileşik güvenirlik (CR) değerlerine bakıldığında, ölçüm modelinin güvenilir bir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür ($CR \geq 0,70$).

ES ölçeğinin ikinci düzey DFA ölçüm modeline ilişkin uyum iyiliği değerleri aşağıda Tablo 6.27’de yer almaktadır.

Tablo 6. 27. ES Ölçeği İkinci Düzey DFA Uyum İyiliği Değerleri

Endeks	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir değerler	Model Değeri	Sonuç
χ^2/df	≤ 3	$3 \leq \chi^2/df \leq 5$	2,24	Mükemmel
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,07	Kabul edilebilir
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,06	Kabul edilebilir
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,94	Kabul edilebilir
GFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$	0,92	Kabul edilebilir
AGFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,80$	0,87	Kabul edilebilir

IFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,94	Kabul edilebilir
CMIN(χ^2) = 109,72 (p=0,00), df=49, χ^2 =Ki-kare; df (sd) = degrees of freedom (serbestlik derecesi); RMSEA = Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); SRMR = Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); CFI = Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); GFI = Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); AGFI = Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); IFI = Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi).				

Tablo 6.27’de görüldüğü üzere uyum iyiliği değerlerinden, χ^2/df endeksinin değeri mükemmel, diğer endekslerin ise kabul edilebilir bir değerde olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç olarak Tablo 6.26 ve 6.27’de yapılan açıklamalar neticesinde, ES ölçeği alt boyutları kapsamında bulunan ifadelerin, standardize edilmiş regresyon katsayılarının (faktör yükleri) literatürde kabul görmüş değerin ($>0,40$) üzerinde olması ve bu katsayıların istatistiksel olarak anlamlılık ($p<0,001$) göstermesi; ayrıca hem ölçeğin tamamı hem de alt boyutların bileşik güvenilirlik değerleri ($CR \geq 0,70$) ile uyum iyiliği değerlerinin literatürde genel kabul görmüş değerlerde olması ES ölçeğinin ikinci düzey DFA ölçüm modelinin yapı geçerliliği ve güvenilirliğini sağladığının bir kanıtıdır.

Entelektüel sermaye (ES) ölçeğine ilişkin yapılan doğrulayıcı faktör analizi kapsamında tek faktörlü ölçüm modeli, birinci düzey ölçüm modeli ve ikinci düzey ölçüm modeli olmak üzere üç ölçüm modeli oluşturularak değerlendirilmiştir. ES ölçeğine ilişkin yapılan ölçüm modellerinin amacı daha önce ifade edildiği gibi araştırma modeline en iyi uyumu gösterecek ölçüm modelini bulmaktır. Şimdiye kadar yapılan ölçüm modellerinin hangisinin araştırma modelinde kullanılmasının daha uygun olduğuna karar vermek için bu modellerin sahip olduğu uyum iyiliği değerlerine bakmak gerekir. Aşağıda Tablo 6.28’de şimdiye kadar ES ölçeğine ilişkin yapılan doğrulayıcı faktör analizi ölçüm modelleri ve uyum iyiliği değerleri yer almaktadır.

Tablo 6. 28. ES Ölçeği DFA Ölçüm Modellerine İlişkin Uyum İyiliği Değerleri

Ölçüm Modeli	CMIN (χ^2)	df	χ^2/df	RMSEA	SRMR	CFI	GFI	AGFI	IFI
Birinci Düzey DFA	109,72	49	2,24	0,07	0,06	0,94	0,92	0,87	0,94
İkinci Düzey DFA	109,72	49	2,24	0,07	0,06	0,94	0,92	0,87	0,94
Tek Faktörlü DFA	195,45	47	4,15	0,12	0,11	0,85	0,88	0,80	0,85

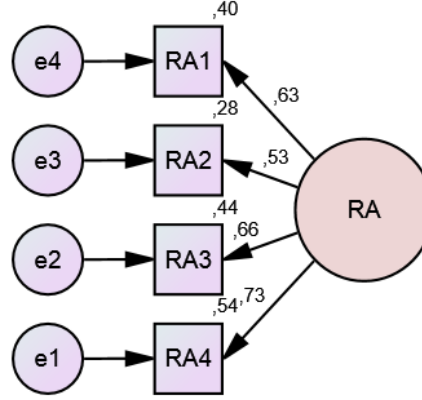
χ^2 =Ki-kare; **df (sd)**= degrees of freedom (serbestlik derecesi); **RMSEA**= Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); **SRMR**= Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); **CFI**= Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); **GFI**= Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); **AGFI**= Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); **IFI**= Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi).

Tablo 6.28 incelendiğinde ES ölçeği tek faktörlü DFA modelinin uyum iyiliği değerleri χ^2/df (4,15) dışında tüm uyum iyiliği değerleri kabul edilen sınırların dışındadır. Dolayısıyla bu durum ES ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modelinin doğrulanmadığını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra birinci düzey DFA modeli ile ikinci düzey DFA modelinin birbiri ile aynı değerlerde olduğu görülmektedir. Birinci düzey DFA modeli ile ikinci düzey DFA modeli aynı olsada, yapısal ve aracılı modellerde her iki modelinde kullanılmasında sakınca bulunmamaktadır. Buradan hareketle, bu araştırma modeli kapsamında oluşturulan hipotezlerin doğru ve güvenilir sonuçlar doğurması açısından, ES ölçeğinin ikinci düzey DFA ölçüm modelinin kullanılmasının daha uygun olduğuna karar verilmiştir.

6.9.4.3.Rekabet Avantajı (RA) Ölçeğine İlişkin DFA Sonuçları

Rekabet avantajı ölçeği çok boyutlu bir yapıdan oluşmadığı için birinci düzey DFA ölçüm modeli ile ikinci düzey DFA ölçüm modeli uygulanmamıştır. Rekabet avantajı ölçeği tek bir yapı veya boyuttan oluştuğu için bu ölçeğe, tek faktörlü DFA ölçüm modeli uygulanmıştır. Rekabet avantajı tek faktörlü DFA ölçüm modeli aşağıda Şekil 6.12’de gösterilmektedir. Şekil 6.12’de yer alan gözlenen değişkenlere ilişkin standardize regresyon katsayıları (faktör yükleri) istatistik programı tarafından

yuvarlanmış halidir. Şekildeki modelin doğrulanıp doğrulanmadığı ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayıları (faktör yüklenimleri), bu katsayıların anlamlılık değerleri (p), iç tutarlılık güvenilirliği (CR) ve uyum iyiliği değerleri incelendikten sonra karar verilmiştir.



Şekil 6. 12. RA Ölçeği Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli

RA ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modelinde ifadelerin faktör yükleri ve anlamlılık değerleri ile modelin yapı güvenilirliğine ilişkin bilgiler Tablo 6.29’da yer almaktadır.

Tablo 6. 29. RA Ölçeği Tek Faktörlü DFA Sonuçları

Boyut	RA Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade Kodu	Faktör yükü	p değeri (anlamlılık değeri)	Composite Reliability (CR)
Rekabet Avantajı (RA)	Şirketimiz, ihtiyaç duyduğu kaynaklara rekabetçi fiyatlarla erişim sağlamaktadır.	RA1	0,635	***	0,74
	Şirketimiz, son yıllarda pazar payını artırmayı başarmıştır.	RA2	0,526	***	
	Şirketimiz, müşteri zihninde iyi bir imaja sahiptir.	RA3	0,664	***	
	Şirketimiz, piyasada bulunan en iyi yetenekleri çekebilmektedir (cezbetmektedir).	RA4	0,733	-	
Modelin Tamamı için CR (composite reliability) Değeri: 0,74 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum.					

N:215; *** $p < 0,001$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6.29’da RA ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modeli tek bir yapı ve boyuttan oluşmaktadır. Bu tek faktörlü model toplam dört ifadeden oluştuğunu

söylemek mümkündür. Rekabet avantajı ölçeği altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,526 ile 0,733 arasında değiştiği görülmektedir. Bu doğrultuda RA ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modelinde yer alan ifadelerin sahip oldukları faktör yükleri 0,40 değerinin üstünde olduğu ve tüm ifadelerin faktör yükünün değeri istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği anlaşılmaktadır ($p < 0,001$). Dolayısıyla herhangi bir ifadenin ölçekten çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Yapılan analizin ilk bulguları neticesinde modelin uyum iyiliği değerlerinin istenilen değerlerde olduğu için herhangi bir modifikasyon (düzeltme) işlemine ihtiyaç duyulmamıştır. RA ölçeği bileşik güvenirlik (CR=composite reability) değerinin 0,74 olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda ölçüm modelinin güvenilir bir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür ($CR \geq 0,70$).

RA ölçeğinin tek faktörlü DFA ölçüm modeline ilişkin uyum iyiliği değerleri aşağıda Tablo 6.30'da yer almaktadır.

Tablo 6. 30. RA Ölçeği Tek Faktörlü DFA Uyum İyiliği Değerleri

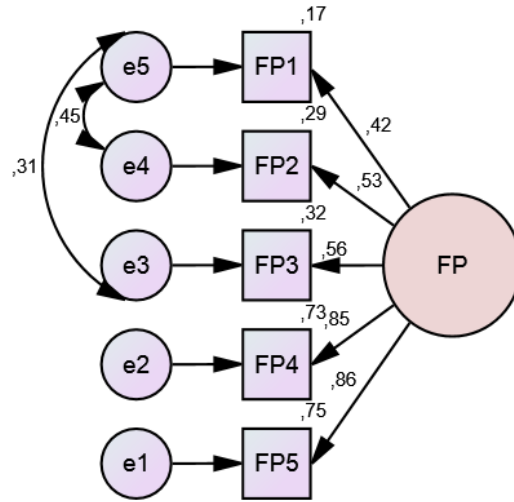
Endeks	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir değerler	Model Değeri	Sonuç
χ^2/df	≤ 3	$3 \leq \chi^2/df \leq 5$	0,53	Mükemmel
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,02	Mükemmel
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,01	Mükemmel
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	1,00	Mükemmel
GFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$	0,99	Mükemmel
AGFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,80$	0,98	Mükemmel
IFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	1,00	Mükemmel
CMIN(χ^2) = 1,064 ($p = 0,59$), $df = 2$, χ^2=Ki-kare; df (sd)= degrees of freedom (serbestlik derecesi); RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); SRMR= Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); CFI= Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); GFI= Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); AGFI= Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); IFI= Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi).				

Tablo 6.30’da görüldüğü üzere tüm uyum iyiliği değerlerinin mükemmel sınırlarda olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca Tablo 6.30’da $CMIN(\chi^2)$ uyum iyiliği değerinin anlamsız ($p>0,05$) çıkması, RA ölçeği ölçüm modelinin mükemmel bir yapıya sahip olduğunun ayrı bir göstergesi olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç olarak Tablo 6.29 ve 6.30’da yapılan açıklamalar neticesinde, RA ölçeği kapsamında bulunan ifadelerin, standardize edilmiş regresyon katsayılarının (faktör yükleri) literatürde kabul görmüş değerin ($>0,40$) üzerinde olması ve bu katsayıların istatistiksel olarak anlamlılık ($p<0,001$) göstermesi; ayrıca ölçeğin bileşik güvenilirlik değeri ($CR\geq 0,70$) ile uyum iyiliği değerlerinin literatürde genel kabul görmüş değerlerde olması RA ölçeğinin tek faktörlü DFA ölçüm modelinin yapı geçerliliği ve güvenilirliğini sağladığının bir kanıtıdır.

6.9.4.4. Finansal Performans (FP) Ölçeğine İlişkin DFA Sonuçları

Finansal performans ölçeği çok boyutlu bir yapıdan oluşmadığı için birinci düzey DFA ölçüm modeli ile ikinci düzey DFA ölçüm modeli uygulanmamıştır. FP ölçeği tek bir yapı veya boyuttan oluştuğu için bu ölçeğe, tek faktörlü DFA ölçüm modeli uygulanmıştır. Rekabet avantajı tek faktörlü DFA ölçüm modeli aşağıda Şekil 6.13’te gösterilmektedir. Şekil 6.13’te yer alan gözlenen değişkenlere ilişkin standardize regresyon katsayıları (faktör yükleri) istatistik programı tarafından yuvarlanmış halidir. Şekildeki modelin doğrulanıp doğrulanmadığı ifadelerin standardize edilmiş regresyon katsayıları (faktör yüklenimleri), bu katsayıların anlamlılık değerleri (p), iç tutarlılık güvenilirliği (CR) ve uyum iyiliği değerleri incelendikten sonra karar verilmiştir.



Şekil 6. 13. FP Ölçeği Tek Faktörlü DFA Ölçüm Modeli

FP ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modelinde ifadelerin faktör yükleri ve anlamlılık değerleri ile modelin yapı güvenirliğine ilişkin bilgiler Tablo 6.31’de yer almaktadır.

Tablo 6. 31. FP Ölçeği Tek Faktörlü DFA Sonuçları

Boyut	FP Değişkenine İlişkin İfadeler	İfade Kodu	Faktör yükü	p değeri (anlamlılık değeri)	Composite Reliability (CR)
Finansal Performans (FP)	Kurumsal sosyal sorumluluğun finansal sonuçları uzun vadede yaşanmaktadır.	FP1	0,416	***	0,79
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, şirketin kâr marjındaki değişimi etkilemektedir.	FP2	0,534	***	
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, şirketin satış gelirlerindeki değişimi etkilemektedir.	FP3	0,562	***	
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sonucunda oluşan kâr marjındaki değişimden memnunuz.	FP4	0,854	***	
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sonucunda oluşan satış gelirlerindeki değişimden memnunuz.	FP5	0,865	-	
Modelin Tamamı için CR (composite reliability) Değeri: 0,79 Faktör Yüğü Alt Sınır Katsayısı: 0,40 Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum.					

N:215; ***p<0,001 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6.31’de FP ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modeli tek bir yapı ve boyuttan oluşmaktadır. Bu tek faktörlü modelin toplam beş ifadeden oluştuğunu söylemek mümkündür. Yapılan analizin ilk bulguları neticesinde modelin iyi uyum endeks değerlerinin bazılarının kabul edilebilir eşik değerlerin sınırında olduğu

anlaşılmıştır. Bu doğrultuda modelin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağlaması için “*e4* ve *e5*” hata terimleri arasında modifikasyon (düzeltme) işlemi yapılarak analize devam edilmiştir. Düzeltme işlemi yapıldıktan sonra modelin bazı uyum iyiliği değerlerinin hala kabul edilebilir eşik değerlerin sınırında olduğu anlaşılmıştır. Daha sonra analize devam edilerek “*e3* ve *e5*” hata terimleri arasında düzeltme işlemi yapılması durumunda uyum iyiliği değerlerinin artacağı saptanmış ve analiz tekrar edilmiştir. Düzeltme işlemi yapıldıktan sonra modelin tüm uyum iyiliği değerlerinin iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerini sağladığı anlaşılmıştır. FP ölçeği altında bulunan ifadelerin sahip olduğu faktör yükleri 0,416 ile 0,865 arasında değiştiği görülmektedir. Bu doğrultuda FP ölçeği tek faktörlü DFA ölçüm modelinde yer alan ifadelerin sahip oldukları faktör yükleri 0,40 değerinin üstünde olduğu ve tüm ifadelerin faktör yükünün değeri istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği anlaşılmaktadır ($p<0,001$). Dolayısıyla herhangi bir ifadenin ölçekten çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. FP ölçeği bileşik güvenirlik (CR=composite reliability) değerinin 0,79 olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda ölçüm modelinin güvenilir bir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür ($CR\geq 0,70$).

FP ölçeğinin tek faktörlü DFA ölçüm modeline ilişkin uyum iyiliği değerleri aşağıda Tablo 6.32’de yer almaktadır.

Tablo 6. 32. FP Ölçeği Tek Faktörlü DFA Uyum İyiliği Değerleri

Endeks	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir değerler	Model Değeri	Sonuç
χ^2/df	≤ 3	$3 \leq \chi^2/df \leq 5$	2,17	Mükemmel
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,07	Kabul edilebilir
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$	0,03	Mükemmel
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,99	Mükemmel
GFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$	0,99	Mükemmel
AGFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,80$	0,94	Kabul edilebilir
IFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	0,99	Mükemmel

CMIN(χ^2) =6,525 ($p=0,09$), **df**=3,
 χ^2 =Ki-kare; **df (sd)**= degrees of freedom (serbestlik derecesi); **RMSEA**= Root Mean Square Error of Approximation (Tahmin hatalarının ortalamasının karekökü); **SRMR**= Standardized Root Mean Square Residual (standartlaştırılmış hata kareleri ortalamasının karekökü); **CFI**= Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı uyum indeksi); **GFI**= Goodness of Fit Index (İyilik uyum indeksi); **AGFI**= Adjustment Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi); **IFI**= Incremental Fit Index (Fazlalık uyum indeksi).

Tablo 6.32’de görüldüğü üzere, RMSEA ve AGFI uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir bir değerde iken diğer uyum iyiliği değerlerinin ise mükemmel değerlerde olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca Tablo 6.32’de CMIN(χ^2) uyum iyiliği değerinin anlamsız ($p>0,05$) çıkması, FP ölçeği ölçüm modelinin mükemmel bir yapıya sahip olduğunun ayrı bir göstergesi olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç olarak Tablo 6.31 ve 32’de yapılan açıklamalar neticesinde, FP ölçeği kapsamında bulunan ifadelerin, standardize edilmiş regresyon katsayılarının (faktör yükleri) literatürde kabul görmüş değer ($>0,40$) üzerinde olması ve bu katsayıların istatistiksel olarak anlamlılık ($p<0,001$) göstermesi; ayrıca ölçeğin bileşik güvenilirlik değeri ($CR\geq 0,70$) ile uyum iyiliği değerlerinin literatürde genel kabul görmüş değerlerde olması FP ölçeğinin tek faktörlü DFA ölçüm modelinin yapı geçerliliği ve güvenilirliğini sağladığının bir kanıtıdır.

6.9.5. Yapısal Model Analizi ve Hipotezlerin Test Edilmesi

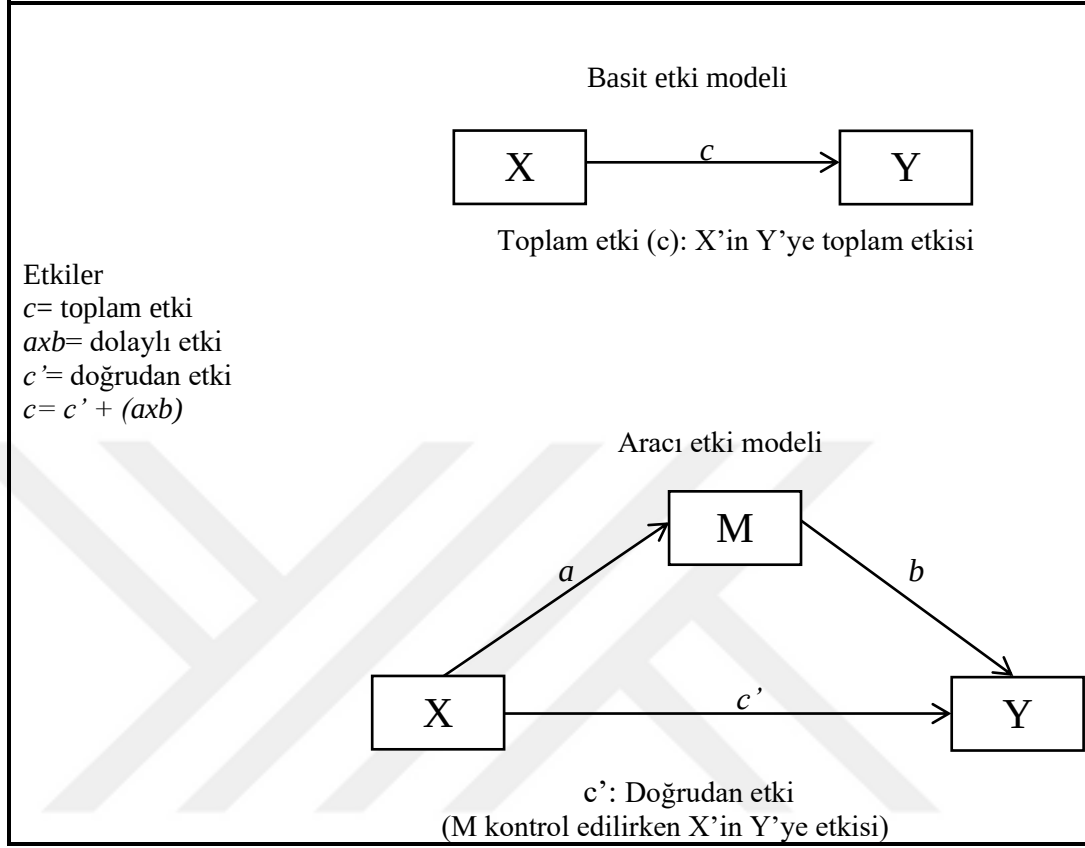
Daha önceki bölümlerde yapısal eşitlik modellemesinin (YEM) çoklu regresyon mantığı doğrultusunda hareket ettiğini ifade etmiştik. YEM temelli, yol analizleri veya yapısal modeller, iki veya daha fazla değişken arasındaki doğrudan, dolaylı ve düzenleyici ilişkileri ortaya koyan çok kapsamlı bir analiz tekniğidir. Son yıllarda yapılan araştırmalara bakıldığında YEM modelleri değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerinin test edilmesinden dolayı sıklıkla tercih edilmektedir. YEM analizleri genellikle örtük (gizli) değişkenler ile yapılan yapısal model analizi, karma yapısal modeller ve gözlenen değişkenler aracılığıyla yapılan yol analizleri olmak üzere üç farklı şekilde yapılabilmektedir. Literatürde örtük (gizli) değişkenler ile yapılan yapısal modellerde, örtük değişkenlerin ölçüm modelleride (DFA ölçüm modelleri) yer aldığından ve daha güvenilir sonuçlar elde edildiğinden dolayı daha çok tercih edildiğini söylemek mümkündür (Gürbüz, 2019: 95). Buradan hareketle, bu

araştırmada, yapısal modellerin analizinde ve araştırma modeli kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilmesinde örtük değişkenlerin yer aldığı yol analizi ve aracılı model analizleri gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırmada kullanılan kurumsal sosyal sorumluluk, entelektüel sermaye, rekabet avantajı ve finansal performans değişkenleri araştırmanın örtük değişkenleridir. Daha önceki bölümlerde yapılan normallik varsayımları, örneklem hacminin yeterliliği, yapı geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlayan AFA ile DFA faktör analizleri bu örtük değişkenlerin yapısal modelde ve aracılı modelde hipotezlerin doğrulanması için test edilerek YEM için hazır hale getirilmiştir. Dolayısıyla söz konusu örtük değişkenlerin ölçüm modellerinin (DFA) uyum iyiliği değerleri, faktör yükleri ve bu yüklerin anlamlılık değerlerinin geçerliliği sağlanmış olup YEM analizinde kullanılmasında herhangi bir sakınca bulunmamaktadır.

Örtük değişkenler arasında dolaylı etkilerin araştırıldığı YEM modellerinin (aracılı modeller) araştırmalara konu olduğunu sıklıkla görmekteyiz. Aracılık modelleri, bağımsız değişkenin (X) bağımlı değişken (Y) üzerindeki etkisine aracılık eden başka bir değişkenin (M) aracılık hipotezlerini test etmede kullanılan yapısal modellerdir. Buradan hareketle, aracı değişken, bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkinin nasıl ve neden ortaya çıktığının anlaşılmasına yardımcı olan farklı bir değişken olduğunu söylemek mümkündür (Gürbüz, 2019: 106).

Aşağıda Şekil 6.14'te aracılık etkiyi ve basit etkiyi (aracı değişken olmadan) gösteren yapısal iki model yer almaktadır.



Kaynak: Burmaoğlu, Polat ve Meydan, 2013:17; Yıldız E. , 2020:131; Gürbüz, 2019:107.

Şekil 6. 14. Basit Etki Modeli ve Aracı Etki Modeli

Şekil 6.14'te aracı etki modeli ve basit etki modelini olmak üzere iki çeşit yapısal model yer almaktadır. Üst kısımda yer alan model aracı değişkenin olmadığı basit etki modelini gösterirken; alt kısımda ise aracı değişkenin modele dahil olduğunu gösteren aracı etki modeli yer almaktadır. Basit etki modelinde X'in Y üzerindeki etkisini gösteren c yolu bulunmaktadır. Bu yol X'in Y'ye olan toplam etkisini ifade etmektedir. Aracı etki modelinde, üçüncü bir değişken olan M'nin modele dahil olmasıyla oluşan bir yapısal modeldir. Burada X'in Y'ye olan etkisi M değişkeni üzerinden sağlanmaktadır. Başka bir ifadeyle M aracı değişkeni X'in etkisini Y'ye aktarmaktadır. Aracı etki modelinde, bağımsız değişkenin (X) aracı değişken (M) üzerindeki etkisi a yolu ile; aracı değişkenin (M) bağımlı değişken (Y) üzerindeki etkisi b yolu ile; bağımsız değişkenin (X) bağımlı değişken (Y) üzerindeki etkisi c' yolu ile gösterilmektedir. Bu modelde dolaylı etki, a ve b sembollerinin çarpımı ile

elde edilirken, doğrudan etki c' ile elde edilmektedir. Söz konusu semboller (a , b , c ve c') değişkenler arasındaki standardize regresyon katsayılarını ifade etmektedir.

Aracılık etkisinin istatistiksel olarak anlamlılığına ilişkin alan yazınında birden fazla geleneksel yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımların başında Baron ve Kenny'nin (1986) nedensellik yaklaşımı gelmektedir. Bu yaklaşım aracılık etkisinin doğru bir şekilde ortaya konulabilmesi için çeşitli adımlar ile analizler değerlendirilmektedir. Bu yaklaşımın dışında Sobel (1982), Goodman testi, Aroian, Preacher ve Hayes'ın bootstrap modeli diğer aracılık testlerine örnek verilebilir (Yılmaz ve Dalbudak, 2018: 519).

Son yıllarda yapılan araştırmalara bakıldığında aracı etki modellerinde, geleneksel yaklaşımlara yapılan eleştirilerden dolayı çalışmalarda çağdaş yaklaşım daha çok tercih edilmektedir. Çağdaş yaklaşım, geleneksel yaklaşımlardan daha güvenilir ve geçerli sonuçlar elde edebilmektedir. Bundan dolayı araştırmacılar tarafından son zamanlarda sıklıkla kullanılan bir yöntem veya yaklaşımdır. Çağdaş yaklaşımda, öncelikli hedef dolaylı etki değerlerin hesaplanması ve hesaplanan değerlerden çıkarımlarda bulunmaktır.

Yapılan çalışmalara bakıldığında özellikle küçük örneklem sayısına sahip çalışmalarda yukarıda adı geçen geleneksel yaklaşım testleri aracılık hipotezlerinde aracı etkiyi açıklamada yetersiz kaldığını söylemek mümkündür. Örneğin Mallinckrodt vd., (2006) yaptıkları 60 örneklem sayısına sahip bir çalışmada, Baron ve Kenny yöntemi ile istatistiksel olarak anlamlı bir aracılık etkisi gözlenmezken, Bootstrap test yöntemi ile bu etki gözlemlenmiştir. Bootstrapping (resampling) testi, yeniden örnekleme yöntemidir. Parametrik olmayan, aracı etkileri test etmek için kullanılan ve normal dağılım varsayımını gerektirmeyen farklı bir istatistiksel yöntemdir. Bu yöntem veri havuzundan verileri çekerek tekrar tekrar yeniden örnekleme yapmayı hesaplayan ve veri havuzundaki verilerden dolaylı etkileri tahmin etmeye çalışan kısmı yoğun bir yöntemdir (Özdil, 2017: 20). İlgili alan yazınında yapılan çalışmalara bakıldığında Bootstrapping (yeniden örnekleme) testi, orijinal veri seti üzerinden çekilen binlerce rastgele verinin oluşturduğu Bootstrap dağılımı üzerinden yapılan hesaplamaların geleneksel yöntemlerden daha güvenilir ve geçerli sonuçlar ortaya koyduğunu bazı araştırmalarda görülebilmektedir (Gürbüz, 2019: 109). Örneğin,

Cheung ve Lau (2008) yaptıkları araştırmada, YEM ile birlikte Bootstrapping test yönteminin kullanılmasının Sobel testine göre daha iyi, daha güvenilir ve geçerli sonuçlar ürettiğini ortaya koymuşlardır (Özdil, 2017: 21). Bootstrapping (yeniden örnekleme) testinde varsayılan yeniden örneklem sayısı 500'dür. Fakat bu sayı yapılan farklı çalışmalarda ve farklı araştırmacılar tarafından çeşitlilik göstermektedir. Hair vd., (2017) ile Henseler vd., (2016) yeniden örneklem için 5000 sayısını önermektedirler. Streukens ve Leroi-Werelds (2016) yeniden örneklem için 10.000 sayısının tercih edilmesinin daha doğru sonuçlar üreteceği yönünde görüş bildirmişlerdir (Yıldız E. , 2020: 30). Gürbüz (2019:109) kitabında Bootstrapping test yönteminde 2.000 ile 5.000 arasında bir alt örneklem sayısının yeterli olacağı görüşünü savunmaktadır.

Aracılık modellerinde, aracılık etkilerinin var olup olmadığını gösteren başka bir çağdaş yaklaşım ise Variance Account For (VAF) değeridir. Hair vd., (2017;2018) göre VAF değeri, geleneksel yöntemler arasında bulunan Sobel testinden daha güvenilir sonuçlar elde ettiğinden dolayı aracı etki modellerinde kullanılmasının daha yararlı olacağını önermektedir (Yıldız E. , 2020: 129). VAF değerinin hesaplanması için bağımsız, bağımlı ve aracı değişkenler arasındaki yol katsayılarının hesaplanması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle dolaylı etki (axb) ve toplam etki (c) değerlerinin bilinmesi gerekmektedir (Büyükdağ, Kitapçı ve Demir, 2017: 333). VAF değeri aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır;

$$VAF = \text{Dolaylı Etki } (axb) / \text{Toplam Etki } (c)$$

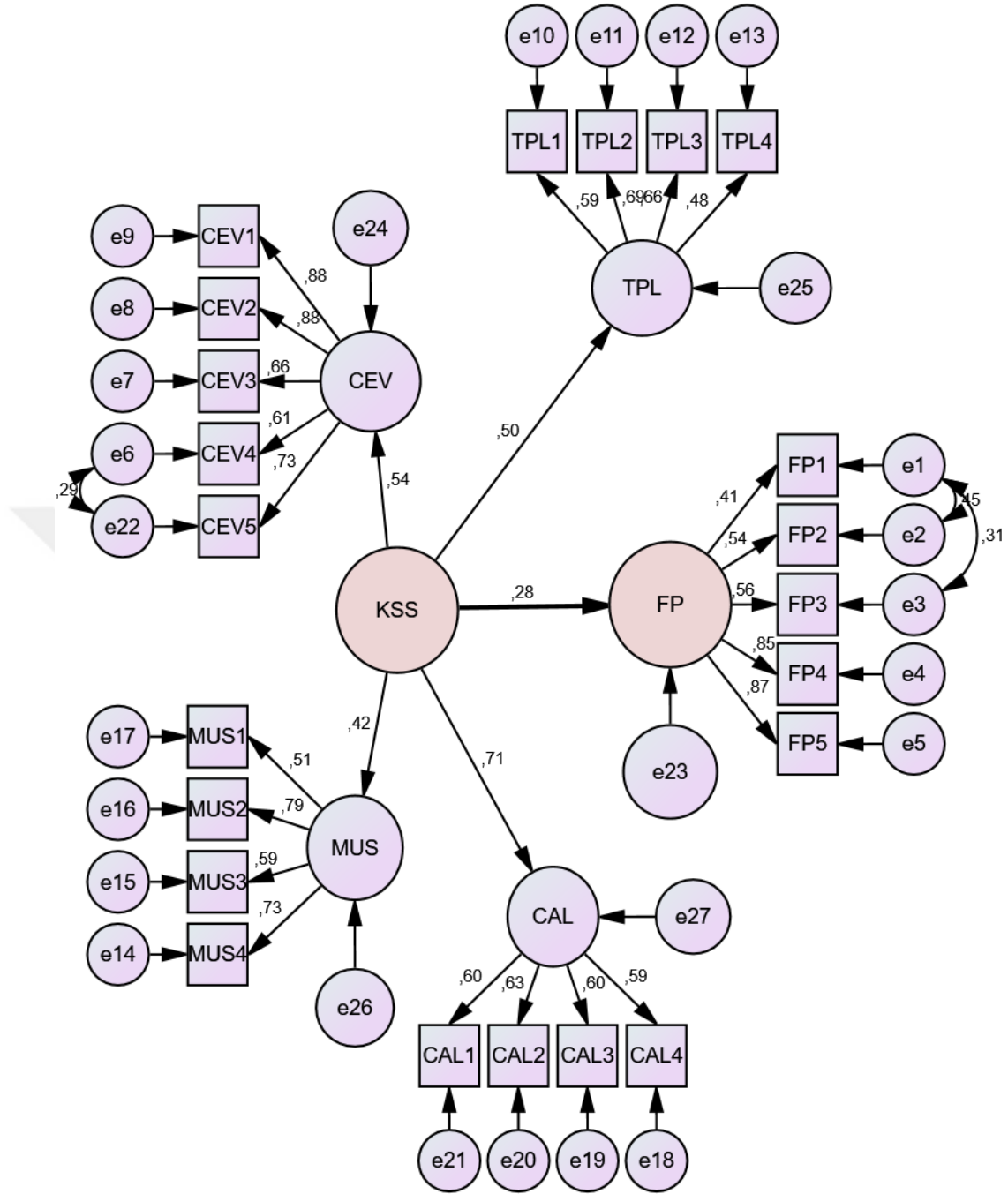
Hair vd., (2016) VAF değeri 0,80 ve üzeri olması full mediation yani tam aracılık etkisinin olduğunu ($VAF \geq 0,80$), 0,20 ile 0,80 arasında ($0,20 \leq VAF \leq 0,80$) olması partial mediation yani kısmi aracılık etkisinin olduğunu, bu değer 0,20'den düşük olması ($VAF < 0,20$) ise aracılık etkisinin bulunmadığını ifade etmektedir (Çakır, 2019: 123).

Yukarıda yapılan açıklamalar neticesinde, bu çalışmada verilerin normal dağılım varsayımını sağladığından dolayı "Maximum Likelihood" hesaplama tekniği kullanılarak değişkenler arasındaki kovaryans matrisleri oluşturulmuştur. Ayrıca daha güvenilir ve geçerli sonuçlar elde edebilmek amacıyla araştırma modeli doğrultusunda oluşturulacak yol ve yapısal modellerde aracı etki değerlerini hesaplamada

Bootstrapping (yeniden örnekleme) yöntemi kullanılmış ve yeniden örneklem için ise 5.000 sayısı tercih edilmiştir. Bootstrapping yöntemi ile yapılan analizlerde, araştırma hipotezlerinin geçerlilik ve anlamlılık kazanmasında %95 güven aralığı (GA) değerleri dikkate alınmıştır. Güven aralığı değerlerinin sıfır (0) değerini kapsamaması gerekmektedir. Aksi takdirde herhangi bir aracılık etkisinden bahsetmek mümkün değildir. Ayrıca %95 üst ve alt güven aralık değerlerine ek olarak, aracı etki değerinin varlığından ve tam veya kısmi bir aracı etkiye sahip olup olmadığını öğrenmek için VAF değeride temel alınarak gerekli değerlendirmeler yapılmıştır.

Araştırmanın bu bölümünde, bağımsız değişken olan KSS'nin bağımlı değişken olan FP üzerindeki etkisi yapısal model kapsamında değerlendirilmiştir. Daha sonra aracı değişkenler olan ES ile RA'yı modele dahil ederek aracılık modeli oluşturularak hipotez testleri doğrulanmaya çalışılmıştır. Araştırma modeli doğrultusunda oluşturulan hipotez testlerinin daha iyi bir şekilde kavranılabilmesi ve bağımsız (KSS), bağımlı (FP) ve aracı değişkenler (ES ve RA) arasındaki ilişkilerin anlamlılık seviyelerinin anlaşılır bir şekilde ifade edilebilmesi için alternatif modeller geliştirilerek açıklanmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda söz konusu bu alternatif modeller ve kapsadıkları değişkenler arasındaki ilişkiler aşağıda açıklanmaktadır.

MODEL I: Bu model aracı değişkenlerin (ES, RA) olmadığı, bağımsız değişken olan KSS'nin bağımlı değişken olan FP üzerindeki etkisini bulmak için test edilen bir yapısal modeldir. Bu model aslında Şekil 6.14'te gösterilen basit etkinin hesaplandığı modeldir. Söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiyi test eden basit etki modeli (KSS→FP) aşağıda Şekil 6.15'te yer almaktadır.



Şekil 6. 15. KSS'nin FP Üzerindeki Basit Etki Modeli

Şekil 6.15'te daha önce bağımsız değişken olarak anılan KSS değişkeni içsel değişken, bağımlı değişken olarak anılan FP ise dışsal değişken olarak modelde yer almaktadır. Bu model, daha önce yapı güvenirliği ve geçerliliği test edilmiş ve standart uyum iyiliği değerlerini sağlayan değişkenlerin ölçüm modelleri kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Şekil 6.15'teki modelin uyum iyiliği

değerlerinin standart ve yeterli değerlerde olması bu yapısal modelin doğrulandığının bir göstergesidir [$CMIN (\chi^2)=375,188$, $N:215$, $p<0,05$; $df=201$; $\chi^2/df=1,86$; $CFI=0,90$; $GFI=0,87$; $AGFI=0,84$; $IFI=0,90$; $RMSEA=0,06$; $SRMR=0,07$]. Modele ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 6.33'te yer almaktadır.

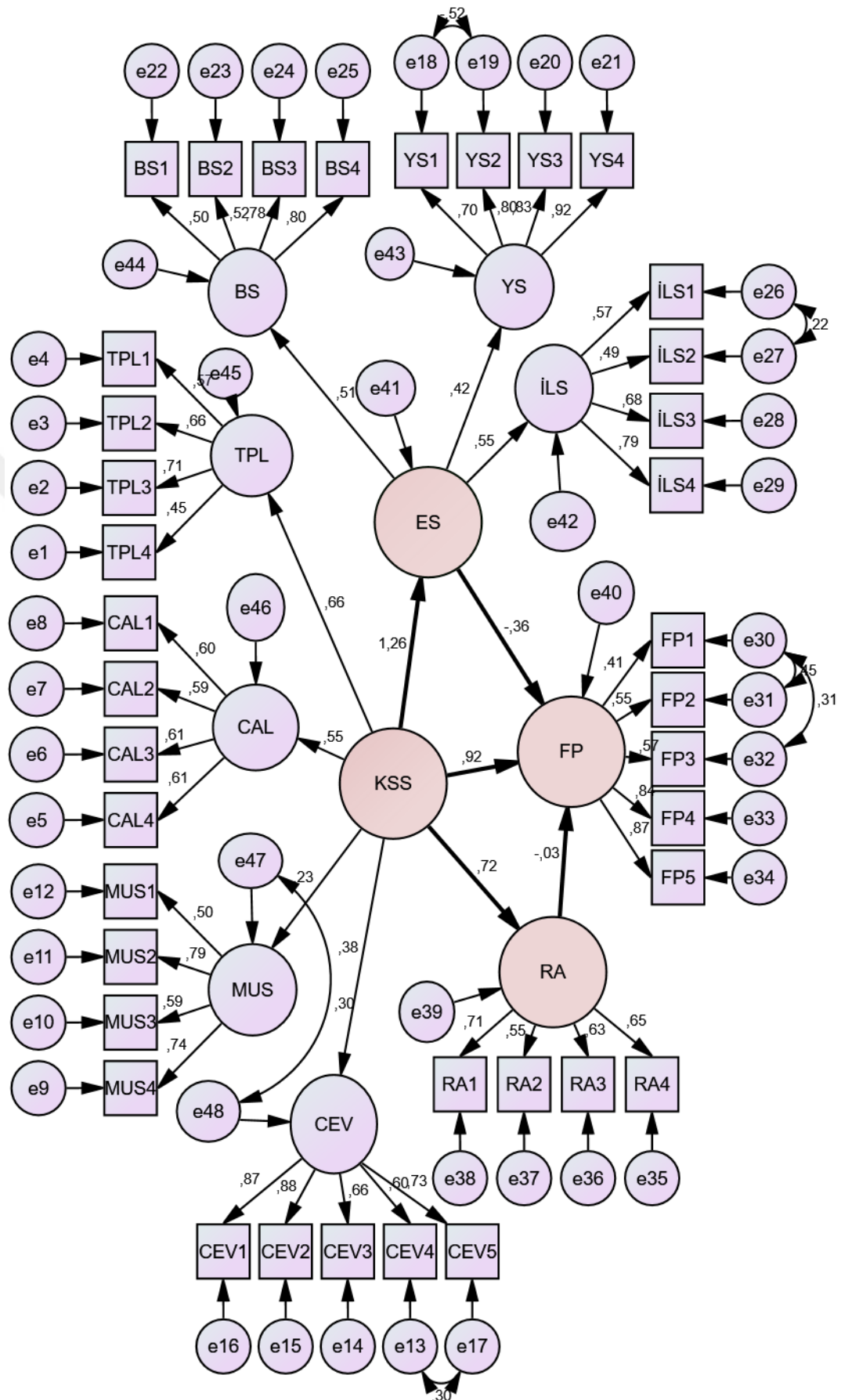
Tablo 6. 33. KSS'nin FP Üzerindeki Etkisi

Değişkenler Arası İlişkiler	Toplam Etki						
	B	β	S.E.	C.R.	P	Hipotez	Sonuç
KSS→FP	0,34	0,28	0,15	2,23	(0,026)**	H1	Kabul

N:215; *** $p<0,001$; ** $p<0,05$; B: Regresyon katsayısı; β : Standartlaştırılmış regresyon katsayısı; S.E.: Standard error (standart hata); C.R.: Critical rate (kritik oran).

Tablo 6.33'te KSS'nin FP üzerindeki etki katsayı değerinin 0,28 olduğu görülmektedir ($\beta=0,28$). Yani bu durum, hiçbir aracı değişken olmadan KSS ile FP arasındaki yol katsayısının 0,28 olduğu ve KSS'de meydana gelecek bir birimlik artış FP'de 0,28 birimlik bir artışa yol açacağı anlamına gelmektedir. Ayrıca Tablo 6.33'te bağımsız değişkenin (KSS) bağımlı değişkeni (FP) istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilendiği görülmektedir ($p<0,05$). Bu ilişki tek yönlü yapısal bir ilişkidir. Bu doğrultuda araştırma hipotezlerinden biri olan H1 hipotezinin doğrulandığını yani KSS'nin FP üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür ($H1 \rightarrow Kabul$).

MODEL II: Bu model aracı değişkenlerden entelektüel sermaye (ES) ile rekabet avantajının (RA) modele dahil edildiği, araştırmanın diğer hipotezlerinin test edilmesi için oluşturulan bir aracılı yapısal modeldir. Bu model aslında Şekil 6.14'te yer alan dolaylı etki (ab) ve doğrudan etkinin (c') hesaplandığı modeldir. Söz konusu değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı etkiyi test eden aracılı yapısal model aşağıda Şekil 6.16'da yer almaktadır.



Şekil 6. 16. KSS'nin FP Üzerindeki Aracılı Etki Modeli

Şekil 6.16'da kurulan modelin geçerli ve güvenilir bir yapıda olup olmadığını öğrenmek için KSS, ES, RA ve FP değişkenlerinden oluşan ölçüm modelinin doğrulanması gerekmektedir. Söz konusu değişkenlerin ölçüm modelleri daha önce güvenilirlik ve yapı geçerliliğini sağlayan DFA ölçüm modellerinden elde edilmiştir. Bu doğrultuda bu ölçüm modellerine herhangi bir modifikasyon (düzeltme) işlemi yapılmamıştır. Fakat ilk analizde bazı uyum iyiliği değerlerinin standart eşik değerlerin altında kaldığı saptanmıştır. Bu doğrultuda uyum iyiliği değerlerinin istenilen sınırlarda olabilmesi için KSS boyutu altında bulunan “*e47* ve *e48*” hata terimleri arasında modifikasyon (düzeltme) işlemi yapılarak analize devam edilmiştir. Analiz sonucunda, ölçüm modelinin doğrulanmasında kullanılan uyum iyiliği değerleri genel kabul görmüş değerlerde olduğu anlaşılmıştır [$CMIN (\chi^2)=1081,419$, $N:215$, $p<0,05$; $df=647$; $\chi^2/df=1,67$; $CFI=0,90$; $GFI=0,83$; $AGFI=0,78$; $IFI=0,90$; $RMSEA=0,05$; $SRMR=0,07$]. Araştırma kapsamında ölçüm modellerinin doğrulanmasında kullanılan uyum iyiliği değerlerine bakıldığında sadece GFI ile AGFI uyum iyiliği endekslerinin kabul edilebilir değerlerin altında olduğu anlaşılmaktadır. Fakat bu endekslerin değerleri kabul edilebilir sınıra çok yakın olduğu görülmektedir. Diğer uyum iyiliği değerleri olan CFI, IFI ve SRMR uyum endekslerinin değerleri kabul edilebilir sınırdadır; RMSEA ve χ^2/df uyum iyiliği değerleri ise mükemmel bir seviyede olduğunu söylemek mümkündür. Uyum iyiliği değerlerinden hareketle, araştırma kapsamında kullanılan verilerin Şekil 6.16'da yer alan aracılı yapısal eşitlik modellemesi ile uyumlu bir şekilde çalıştığının ve bu aracılı yapısal ölçüm modelinin doğrulandığının bir göstergesidir. Ayrıca uyum iyiliği değerlerinin standart değerlerde olması araştırma verilerinin bu modeli istatistiksel olarak anlamlı bir seviyede açıkladığını ifade etmektedir.

Ölçme modeli test edilip doğrulandıktan sonra KSS, ES, RA ve FP örtük (gizil) değişkenler arasındaki aracılı yapısal model üzerinden araştırma kapsamında oluşturulan hipotezler test edilmiştir. Aracılı yapısal eşitlik modelinin sonuçları Tablo 6.34'te sunulmaktadır.

Tablo 6. 34. Araştırma Modeline (YEM) ve Hipotezlere İlişkin Sonuçlar

Değişkenler	Toplam Etki						
	B				β		
KSS→FP	0,464				0,452		
Değişkenler	Doğrudan Etkiler						
	B	β	S.E.	C.R.	p	Hipotez	Sonuç
KSS→FP	0,942	0,918	0,38	2,50	(0,012)**	H1	Kabul
KSS→ES	0,703	1,255	0,19	3,70	(0,0003)***	H2	Kabul
KSS→RA	1,427	0,720	0,33	4,34	(0,0005)***	H3	Kabul
Değişkenler	Aracı (Dolaylı) Etkiler						
	Standartlaştırılmış Dolaylı Etki (β)		Bootstrapping (Lower Bound/Upper Bounds) %95 GA		VAF Değeri	Hipotez	Sonuç
KSS→ES→FP	-0,454		-2,133/0,065		-1,05	H4	Red
KSS→RA→FP	-0,022				-0,04	H5	Red

N:215; *** $p<0,001$; ** $p<0,05$; Bootstrapping (yeniden örnekleme): 5000; GA: Güven aralığı; VAF: Variance Account For; B: Regresyon katsayısı; β : Standartlaştırılmış regresyon katsayısı; S.E.: Standard error (standart hata); C.R.: Critical rate (kritik oran).

Araştırma modeli kapsamında oluşturulan YEM (model II) sonuçları, değişkenler arası ilişkilerin doğrudan ve toplam etkileri için standartlaştırılmamış (B) ve standartlaştırılmış regresyon katsayıları (β), standart hata (S.E.), kiritik oran ve (C.R.), anlamlılık değerleri (p) ile Tablo 6.34'te gösterilmektedir. Ayrıca Tablo 6.34'te değişkenler arası ilişkilerin dolaylı etkileri için standartlaştırılmış regresyon katsayıları (β), Bootstrap alt ve üst GA ile VAF değerleri de yer almaktadır.

Birinci yapısal eşitlik modeli (Model I) aracı değişkenlerin modele dahil olmadığı, bağımsız değişken olan KSS'nin bağımlı değişken olan FP üzerindeki etkisini göstermektedir. Bu etkiye ilişkin bilgiler Tablo 6.33'te yer almaktadır. Tablo 6.33'e göre, toplam etkinin yol (regresyon) katsayı değerinin 0,28 olduğu ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($\beta=0,28$; $p<0,05$). İkinci yapısal eşitlik modelinde (Model II) ise aracı değişkenlerin (ES ve RA) modele dahil olduğu, bağımsız değişken olan KSS'nin bağımlı değişken olan FP üzerindeki doğrudan dolaylı ve toplam etkisini göstermektedir. Bu etkilere ilişkin bilgiler Tablo 6.34'te yer almaktadır. Tablo 6.34'te bulunan bilgiler ışığında KSS'nin FP üzerindeki toplam etki yol (regresyon) katsayısının 0,45 olduğu ve katsayı değerinin Model I'e göre arttığını

söylemek mümkündür (*Model I* [$\beta=0,28$]; *Model II* [$\beta=0,45$]). Ayrıca doğrudan etki katsayısına bakıldığında KSS'nin FP'yi aracı değişkenlerin modele dahil olmasıyla birlikte hala istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir ($\beta=0,92$; $p<0,05$). Yapılan açıklamalar doğrultusunda birinci ve ikinci yapısal eşitlik modellerinde KSS'nin FP üzerinde etkisinin değişmediği, KSS'nin FP'yi pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir ($\beta = [0,28; 0,92]$; $p<0,05$). Bu ilişki tek yönlü yapısal bir ilişkidir. Bu doğrultuda araştırma hipotezlerinden olan H1 hipotezinin her iki modelde de (Model I ve II) doğrulandığını yani KSS'nin FP üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür ($H1 \rightarrow Kabul$).

Araştırmanın diğer hipotezlerinden biri olan KSS'nin ES üzerindeki etkisine ilişkin bilgiler Tablo 6.34'te yer almaktadır. Tablo 6.34'e göre KSS'nin ES üzerindeki etkisini gösteren yol (regresyon) katsayı değerinin 1,26 olduğu görülmektedir ($\beta=1,26$). Yani KSS'de meydana gelecek bir birimlik artış ES'de 1,26 birimlik bir artışa yol açacaktır. Ayrıca bağımsız değişkenin (KSS) aracı değişkeni (ES) pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilediğini söylemek mümkündür ($\beta=1,26$; $p<0,001$). Bu ilişki tek yönlü yapısal bir ilişkidir. Bu doğrultuda araştırma hipotezlerinden olan H2 hipotezinin doğrulandığını yani KSS'nin ES üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür ($H2 \rightarrow Kabul$).

Araştırmanın üçüncü hipotezi KSS'nin RA üzerindeki etkisidir. Bu etkiye ilişkin bilgiler Tablo 6.34'te yer almaktadır. Tablo 6.34'te bulunan bilgiler ışığında, KSS'nin RA üzerindeki etkisini gösteren yol (regresyon) katsayı değerinin 0,72 olduğu görülmektedir ($\beta=0,72$). Burada KSS'de meydana gelecek bir birimlik artış RA'da 0,72 birimlik bir artışa yol açacaktır. Ayrıca bağımsız değişkenin (KSS) aracı değişkeni (RA) pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilediğini söylemek mümkündür ($\beta=0,65$; $p<0,001$). Bu ilişki tek ve pozitif yönlü yapısal bir ilişkidir. Bu doğrultuda araştırma hipotezlerinden olan H3 hipotezinin doğrulandığını yani KSS'nin RA üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür ($H3 \rightarrow Kabul$).

Tablo 6.34'te doğrudan etkilerin yanısıra dolaylı yani aracılık etkilerine ilişkin bilgilerde yer almaktadır. Tablo 6.34'te bu aracılık etkilerinden biri ve araştırmanın

dördüncü hipotezi olan bağımsız değişken KSS ile bağımlı değişken FP arasında aracı değişken olan ES'nin aracılık rolüne ilişkin bilgilerdir. Bu bilgiler doğrultusunda, KSS'nin ES üzerinde doğrudan etki katsayısı 1,255 iken; ES'nin FP üzerindeki doğrudan etkisi -0,356 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla KSS'nin ES aracılığıyla FP üzerinde standartlaştırılmış dolaylı etki katsayısının -0,454 olduğunu söylemek mümkündür ($\beta = -0,454$). ES değişkeninin aracılık rolünün anlamlılık kazanmasında kullanılan Bootstrapping test sonucunda, %95 GA sonuçlarına göre alt ve üst güven aralıkları değerlerinin sıfır (0) değerini kapsamaması gerekmektedir. Fakat Tablo 6.34'te de görüldüğü üzere %95 GA sonuçları sıfır (0) değerini kapsadığı anlaşılmaktadır [%95 GA (-2,133/0,065)]. Buradan hareketle, KSS'nin ES aracılığıyla FP üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca aracılık etkisinin olup olmadığına karar vermek için yararlanılan diğer bir gösterge ise Tablo 6.34'te yer alan VAF değeridir. VAF değerinin 0,20 değerinden büyük olması durumunda aracılık rolünden bahsedilebilir ($VAF \geq 0,20$). Bu doğrultuda hesaplanan VAF değerinin 0,20 değerinden küçük olduğu Tablo 6.34'te anlaşılmaktadır [$VAF (-1,05)$]. Dolayısıyla bu değer, KSS→ES→FP yol analizinde herhangi bir aracılık etkisinin bulunmadığının ve %95 GA sonuçlarını destekler nitelikte olduğunun bir göstergesidir. Yapılan açıklamalar sonucunda, entelektüel sermayenin (ES) kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ile finansal performans (FP) arasında aracılık (dolaylı) etkisine (rölüne) sahip olmadığını söylemek mümkündür ($H4 \rightarrow Red$).

Tablo 6.34'te ikinci aracılık modelinin bağımsız değişken KSS ile bağımlı değişken FP arasında aracı değişken olan RA'nın aracılık ettiği yol analizidir. Tablo 6.34'te KSS'nin RA üzerinde doğrudan etki katsayısı 0,720 iken; RA'nın FP üzerindeki doğrudan etkisi -0,027 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla KSS'nin RA aracılığıyla FP üzerinde standartlaştırılmış dolaylı etki katsayısının -0,022 olduğunu söylemek mümkündür ($\beta = -0,022$). Ayrıca bu yol analizine ilişkin yapılan Bootstrapping ve %95 güven aralığı analizi sonuçları Tablo 6.34'te yer almaktadır. %95 GA sonuçlarına göre alt ve üst güven aralıkları değerlerinin sıfır (0) değerini kapsamaması gerekmektedir. Fakat Tablo 6.34'te de görüldüğü üzere %95 GA sonuçları sıfır (0) değerini kapsadığı anlaşılmaktadır [%95 GA (-2,133/0,065)]. Dolayısıyla %95 GA sonuçları sıfır (0) değerini kapsadığından dolayı, KSS'nin RA

aracılığıyla FP üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca aracılık etkisinin olup olmadığına karar vermek için yararlanılan diğer bir gösterge ise Tablo 6.34’te yer alan VAF değeridir. Bu doğrultuda hesaplanan VAF değerinin 0,20 değerinden küçük olduğu Tablo 6.34’te anlaşılmaktadır [VAF (-0,04)]. VAF değerinin 0,20 değerinden küçük olması KSS→RA→FP yol analizinde herhangi bir aracılık etkisinin bulunmadığının ayrı bir göstergesidir. Yapılan açıklamalar doğrultusunda, rekabet avantajının (RA) kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ile finansal performans (FP) arasında aracılık (dolaylı) etkisine (rolüne) sahip olmadığını söylemek mümkündür ($H5 \rightarrow Red$).



TARTIŞMA

Araştırma kapsamında değerlendirilen KSS değişkenin ölçüm ve yapısal model sonuçlarına bakıldığında, şirketlerin sosyal sorumluluklarının farkında oldukları, en çok farkındalık yaratan sorumluluklarının ise çevreye ve çalışanlara karşı sorumlulukları olduğu anlaşılmıştır. KSS'nin çevreye karşı sorumluluklarına bakıldığında, firmaların en çok enerji tasarrufuna yönelik uygulamalarda bulunduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca firmaların en çok üzerinde durduğu çevreye karşı sorumluluk anlayışlarından birisi de çevre kirliliğinin azaltılmasına yönelik anlayış olduğu göze çarpmaktadır. Firmaların bu anlayış çerçevesinde faaliyet ve uygulamalarda bulunması çevresel sorunlara ne kadar duyarlı ve hassas olduklarını göstermektedir. Çevreye karşı sorumluluklarda, firmaların çoğunun, çevrenin korunması ve iyileştirilmesi kapsamında ISO sertifikası gibi belgelendirme faaliyetlerinde bulunduğunu söylemek mümkündür. Sertifika programlarında yer alan faaliyetler, kalite yönetim sisteminden başlayarak geri dönüşüm hizmetlerine kadar çok sayıda alanı kapsayan faaliyetler dizidir. Bu durum firmaların, üretim süreçlerinde geri dönüştürülmüş malzemeler kullandıklarını ve böylece günümüzde gittikçe azalan doğal kaynakları daha az ve etkin kullandıklarını ifade etmektedir. Endüstriyel firmaların çoğu tehlikeli ve eskimiş malzemeleri geri alarak daha fazla kullanım için geri dönüştürmektedir. Bu da firmaların kamuoyundaki imajlarını güçlendirmektedir. Firmaların tüketiciler tarafından kabul görmüş çevre dostu ambalaj malzemesi kullanmalarının, firmalara bulundukları sektörde rekabet üstünlüğü sağladığını söylemek mümkündür. Ayrıca, firmaların mevzuata uygun çevre dostu teknolojilere ve süreçlere (kirlilik kontrol cihazları ve geri dönüşüm gibi) yatırım yapmaları sorumlu bir kurumsal vatandaş olduklarını göstermektedir.

Clarkson'a (1995), göre herhangi bir kuruluşun/işletmenin belirlenen hedeflere ulaşabilmesi ve bulunduğu sektörde başarılı olması çalışanlarının göstereceği performansa bağlıdır. Ayrıca organizasyon içindeki çalışanlar, firmalar için önemli stratejik bir rekabet avantajı kaynağıdır (Jain, vd., 2017: 15). Bu çalışmada firmaların KSS faaliyetleri kapsamında çalışanlarına sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı sunduklarını söylemek mümkündür. Bu durumun çalışanların örgütsel vatandaşlık ve bağlılık düzeylerine olumlu etki sağladığı ve bunun da firmaların

performansına olumlu yansıdığı görülmektedir. Ayrıca firmaların çalışanlarına iş ve özel yaşamlarında bir denge kurmaları için destek sağladığı görülmektedir. Bu durumda çalışanlar, kişisel çıkarlarını firmanın hedefleriyle ahenkleştirip, görev ve sorumluluklarını en bağlı şekilde yerine getirerek firmaların büyümesine ve gelişmesine önemli bir katkı sağlamaktadırlar. Aslında bu durum firmalara dışardan tercih edilen bir işveren imajı kazandırmaktadır. Dolayısıyla bu imaja sahip olmak firmaların örgüt kültürünü ön plana çıkardıklarını ve dışarda bulunan kalifiyeli işgücü tarafından tercih edilen bir örgüt haline geldiklerini göstermektedir. Potansiyel kalifiyeli çalışanları örgüte çekebilmek veya cezbetmek, firmaların rakiplerine üstünlük sağlayarak rekabet avantajı elde etmelerini sağlamaktadır.

Araştırma sonuçları, firmaların yerel toplulukların yükselmesine ve gelişmesine yönelik topluluk projelerine ve hayırsever bağışlara yüksek düzeyde katılım sağladığını göstermektedir. Ayrıca, firmalar yerel toplulukları destekleyen işe alım ve satın alma politikalarına olan yüksek bağlılıklarıyla da bir sosyo-ekonomik modelin temsilcileri haline gelmektedirler. Çoğu durumda, firma çalışanları, firma yönetiminin motivasyonu ve desteğiyle topluluk faaliyetlerine de katılmaktadırlar. Bu, firmaların toplumun daha geniş bir kesimiyle bağ kurmalarına yardımcı olmaktadır. Bu durum sonucunda toplum da mevcut kaynakları en iyi derecede kullanarak firmalara karşılık vermekte ve böylece işletmeler, insanların zihninde iyi bir kurumsal vatandaş imajını oluşturmaktadırlar. Toplumun zihninde olumlu olarak yer edinen firmalar, bu sayede karşılıklı fayda sağlayan toplumun ayrılmaz bir parçası haline gelirler. Bu firmaların finansal açıdan güçlü kalmasına olanak sağlamaktadır.

Firmaların, müşterilerine yönelik kalite güvence kriterlerini sağlayan ürün ve hizmetler üreterek onların güvenini kazanmayı başardıklarını söylemek mümkündür. Ayrıca firmaların, müşteri şikâyetlerini zamanında çözecek faaliyetlerde bulunmaları onlara verilen önem ve değerin açık bir ifadesidir. Firmalar müşterilerine karşı açık, tutarlı ve doğru bilgi sağlama konusunda şeffaf davranmaktadırlar. Bu durumun firmaların çoğu tarafından uygulanan açık bilgi paylaşımı ve iletişim sistemi sayesinde mümkün olduğu söylenebilir.

ES bağlamında, firmaların ilişkisel sermaye ile beşeri sermaye alanında daha güçlü olduğu görülmektedir. Firmalar müşteriler, tedarikçiler ve sivil toplum

kuruluşları ile sosyal yardım faaliyetlerinde bulunarak dış paydaşlar ile bağlarını güçlendirmektedirler. İşletmeler tedarikçiler ile ilişkiler kurarak üretim süreçlerinin, ürün ve hizmet kalitesinin gelişmesine olanak sağlamaktadırlar. Ayrıca işletmelerde yetenekleri ve yaratıcılıkları ile işletmelerin rekabetçi bir konum kazanmasına yardımcı olan bir insan sermayesinin varlığından bahsetmek mümkündür. Çalışanlarının, iş süreçlerine veya faaliyetlere ilişkin yeni bilgi ve fikir önerilerinde bulunmaları için teşvik edilmeleri işletmelerin yetenekli iş gücünün ilgi odağı haline gelmesini sağlamaktadır.

KSS, ES ve FP arasındaki etkileşime bakıldığında, firmalarda KSS'nin ES üzerinde yüksek bir etki gösterdiği anlaşılmaktadır. Fakat bu durum finansal performans açısından aynı etkiyi sağladığı söylenemez. Çünkü FP üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olan KSS, ES'nin aracılık etmesiyle FP üzerinde önemli bir azalma göstermektedir. Bu durum, firmaların daha çok KSS'ye yoğunlaştıklarını ve entelektüel sermayeye olan yatırımlarına yeterli önemin verilmediğinin sonucu olabilir. Ayrıca çağımızın getirdiği zorlu koşullarda rekabet etmede ve kar sağlamada hayati öneme sahip olan entelektüel sermaye unsurlarının iyi bir şekilde organize edilmemesi veya doğru ve güçlü bir şekilde yönetilememesi ES'nin KSS ile FP arasındaki aracılık rolünü üstlenmediğinin ayrı bir nedeni olarak söylemek mümkündür.

KSS, RA ve FP arasındaki etkileşime bakıldığında, firmalarda KSS'nin RA üzerinde yüksek bir etki gösterdiği araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Fakat bu durum finansal performans açısından iç açıcı bir durum değildir. Çünkü FP üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olan KSS, RA'nın aracılık etmesiyle önemli bir azalma kaydederek anlamsız bir hale gelmektedir. Bu durum, firmaların daha çok KSS'ye yoğunlaştıklarını ve işletmelerin finansal performansında rekabet avantajı sağlayacak stratejileri göz ardı ettiklerinin bir sonucu olduğunu söylemek mümkündür. Günümüz ekonomisinde çoğu firmalar fon kaynaklarının yetersizliği, işletme sermayesi yönetiminin eksikliği ve alacakların tahsil edilmemesi veya geç elde edilmesi gibi sorunlarla karşı karşıyadır. Sınırlı kaynaklarla, işletmeler rakiplerine karşı zorluk çekmektedir. Bu zorlu durumlarda, işletmeler hem yukardan hem de aşağıdan olmak üzere tedarik zinciri ortaklarından gelen yüksek baskılarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Ayrıca firmaların rekabetçi fiyatlardan dolayı ihtiyaç duyulan

kaynaklara ulaşamamaları, müşterilerin zihninde kötü bir imaja sahip olmaları veya pazardaki rekabet ortamından olumsuz etkilenmeleri gibi sorunlar rekabet avantajının finansal performans üzerinde aracılık etkisinin olmadığına veya azalmasına neden olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Artan küresel bağımlılık, toplumların çevreye karşı duyarlılıklarının artması, paydaş ilişkilerinin ve bilgi tabanlı ekonominin stratejik önemindeki artış, sadece kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) tanımına yeni önermeler vermekle kalmamış, aynı zamanda iş ve toplumun temel felsefesini önemli ölçüde değiştirmiştir. Yapılan tanımlar çerçevesinde KSS kavramı, işletmelerin sadece ekonomik bir varlık olmadığını, aynı zamanda sosyal bir varlık olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle, işletmelerin, toplum ve paydaşlar ile her zaman bir etkileşim içerisinde yer aldıklarını ve bunun sonucunda işletmelerin, karar alma süreçlerinde insanların sosyal çıkarlarına dikkat ettiklerini söylemek mümkündür. Buradan hareketle, işletmelerin sosyal sorumluluk odaklı davranışlarda bulunmaları, bunu ticari eylemlerine yansıtmaları işletmelerin finansal performanslarını doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir.

Bu çalışmanın amacı kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) faaliyetlerinin finansal performans (FP) üzerindeki etkisini incelemektir. Ayrıca KSS ile FP arasında entelektüel sermaye (ES) ile rekabet avantajının (RA) aracılık rolünün olup olmadığını belirlemektir. Bu çalışmanın amacı doğrultusunda öncelikle araştırmanın evreni belirlenmiştir. Araştırma evreni, İstanbul Sanayi Odası tarafından her yıl yayımlanan ve yıl içinde toplamda net satış tutarına göre belirlenen “Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu (ISO 500)” içerisinde yer alan 500 işletme oluşturmaktadır. Bu firmalar Türkiye ekonomisine yön veren ve çalışan sayısı bakımından büyük ölçekli firmalardır. Bu firmaların tercih edilmesinin nedeni, öncelikle KSS bağlamında toplum üzerinde önemli etkiler bırakarak doğrudan ve dolaylı olarak ilişki halinde olmaları ve çevre üzerinde yarattıkları değişimlerden dolayı tercih edilmiştir. Ayrıca, çalışan sayısı, teknolojik altyapıları ve yüksek bir müşteri kitlesine sahip olmalarından dolayı bu firmaların tercih edilmesini sağlayan diğer bir nedendir. Araştırmanın örnekleme ise, evren dahilinde bulunan ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve

uygulamalarında bulunan işletmeler oluşturmaktadır. Bu doğrultuda yapılan incelemeler neticesinde 473 işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunulduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla bu araştırmanın örneklem hacmini, 2019 yılında yayınlanan “ISO 500” kapsamında yer alan 473 adet işletme oluşturmıştır.

Yapılan detaylı bir literatür incelemesi sonucunda araştırmanın teorik olarak alt yapısı hazırlanmıştır. Araştırmanın teorik kısmında ilk önce bağımsız değişken olan kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramı ele alınmıştır. Bu kısımda KSS’nin tanımı, tarihsel süreci, ilişkili benzer kavramları, KSS modelleri ve boyutları ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde ise aracı değişkenlerden biri olan entelektüel sermaye (ES) kavramı ele alınmıştır. Bu bölümde ES’nin tanımı, önemi, bileşenleri ve ölçüm yöntemlerinden bahsedilerek detaylı olarak açıklanmıştır. Araştırmanın üçüncü bölümünde ikinci bir aracı değişken olan rekabet avantajı (RA) incelenmiştir. Bu bölümde RA’nın tanımı ve RA ile ilgili yaklaşımlar ele alınmıştır. Araştırmanın dördüncü bölümünde, bağımlı değişken olan finansal performans (FP) kavramı ele alınmıştır. Bu bölümde FP kavramı ve tanımı ile FP’yi etkileyen faktörler detaylı olarak açıklanmıştır. Araştırmanın teorik alt yapısı oluşturulduktan sonra araştırma dahilinde olan değişkenlere ait kapsamlı bir literatür incelemesi yapılmıştır. Daha sonra araştırmanın teorik altyapsından ve ayrıntılı literatür incelemesinden hareketle değişkenlerin alt boyutları da dahil edilerek bir bütün olarak araştırma modeli oluşturulmuştur. Oluşturulan araştırma modeli kapsamında teorik altyapının temel bileşenlerinden ve literatürde yapılan çalışmalardan yararlanarak araştırma hipotezleri oluşturulmuştur.

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Standart verilere kolay ulaşabilme ve veri analizinde üstün özellikler sunduğundan dolayı bu araştırmada anket yönteminin tercih edilmiştir. Ayrıca rekabet avantajına ilişkin ikincil verilere ulaşma imkânı olmaması araştırmada anket tekniğinin kullanılmasını sağlayan diğer bir etkidir. Verilerin analizinde istatistik paket programı SPSS 26 ve AMOS 24 programları kullanılmıştır. AMOS programı değişkenler arasında karmaşık ilişkileri grafiklerle kolay anlaşılır hale getirme ve kolay kullanımı ile kullanıcı dostu bir arayüze sahip olması nedeniyle araştırma analizlerinde tercih edilmiştir. Araştırma verilerinin analizinde normallik varsayımı testi, frekans dağılımı, doğrulayıcı ve

açıklayıcı faktör analizleri, yapısal eşitlik modeli ve güvenilirlik gibi analizler gerçekleştirilmiştir.

Çalışma kapsamında değişkenler arasında bakılan ilk ilişki, araştırmanın bağımsız değişkeni olan KSS ile bağımlı değişken olan finansal performans arasındaki ilişkidir. Bu ilişki doğrultusunda yapılan analiz sonuçları, KSS'nin FP'yi pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir. Bu durum finansal performansın kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri tarafından olumlu bir şekilde yönlendirildiğini ifade etmektedir. Ayrıca işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına önem vermesi toplumda olumlu bir algı yaratarak işletmelere finansal açıdan güçlü bir konum elde etmelerine imkan sağlamaktadır. Yani toplum, çevre, müşteri ve çalışanlara yönelik sosyal sorumluluk uygulamalarına değer veren firmaların ekonomik bir refahın içinde olacağını söylemek mümkündür. Buradan hareketle, KSS ile FP arasındaki ilişkide ortaya çıkan sonucun, Cochran and Wood (1984), Montabon ve diğ. (2007), Mishra ve Suar (2010), Şahin vd., (2011), Erdur ve Kara (2014), Jain vd., (2017) ve Alper ve Aydoğan'nın (2018) çalışma sonuçlarını destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

Çalışma kapsamında bakılan ikinci ilişki, araştırmanın bağımsız değişkeni olan KSS ile aracı değişkenlerden biri olan entelektüel sermaye (ES) arasındaki ilişkidir. Bu ilişki doğrultusunda yapılan analiz sonuçları, KSS'nin ES'yi pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir. Bu durum aslında KSS'nin entelektüel sermaye bileşenlerinin bir belirleyecisi olduğunu göstermektedir. KSS ile ES arasında tanımlanan bu pozitif ve anlamlı ilişki, KSS faaliyetlerinde bulunan firmaların, güçlü bir entelektüel sermaye yapısına sahip olduklarının bir göstergesidir. Firmaların müşterilere ve çalışanlara yönelik KSS uygulamaları, yüksek düzeyde motive ve tatmin olmuş güçlü bir insan sermayesi yaratır; müşteriler ve tedarikçiler gibi dış paydaşlar ile daha fazla ilişkiler kurarak ilişki sermayeyi güçlendirir ve firmaların yapısal sermayelerini pekiştirmelerine yardımcı olur. Buradan hareketle, KSS ile ES arasındaki ilişkide ortaya çıkan sonucun, Sumita (2005), Branco ve Rodrigues (2006), Jain vd., (2017) ve Gallardo-Vázquez vd.'nin (2019) çalışma sonuçlarını destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırma modeli içerisinde yer alan diğer bir ilişki KSS ile araştırmanın diğer bağımsız değişkeni olan rekabet avantajı (RA) arasındaki ilişkidir. Bu ilişki doğrultusunda yapılan analiz sonuçları, KSS'nin RA'yı pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir. KSS'nin RA üzerinde yüksek oranda bir pozitif etki yarattığı gözlemlenmektedir. Fırlar ve Çolakoğlu'na (2009) göre, yakın zamana kadar düşük maliyet, üretim hacmi, toplam kalite yönetimi ve esnek üretim gibi faktörler rekabet üstünlüğünün belirleyicileri olarak yer almıştır. Fakat günümüze baktığımızda bu belirleyici faktörlerin yerini sürekli yenilik, pazarda oluşabilecek olası durumlara kısa sürede cevap verebilme, tanınmışlık, saygınlık ve değer gibi faktörler almıştır. İşletmelerin sürdürülebilir rekabet üstünlüğüne ve avantajına sahip olmak istiyorsa bu faktörlere azami derecede önem göstermeleri gerekmektedir. Buradan hareketle araştırma kapsamında yer alan topluma, çalışanlara, müşterilere ve çevreye yönelik KSS uygulamalarında yüksek performans gösteren firmalara paydaşlar tarafından gösterilen saygınlık ve değer onların rakiplerine göre bir adım önde olmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla işletmelerin paydaşlarına (toplum, çevre, çalışan, müşteri, tedarikçi v.b.) karşı sorumlulukların bilincinde olmaları, onları bulundukları sektörde veya pazarda rakiplerine karşı üstün rekabet avantajı sağlamalarına imkân tanıyacaktır. Yapılan açıklamalar doğrultusunda KSS ile RA arasındaki ilişkide ortaya çıkan sonucun, Fırlar Çolakoğlu (2009), Jain vd., (2017), Du vd., (2011) ve Nyuur vd.'nin (2019) çalışma sonuçlarını destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

Çalışmada yapılan analiz sonuçlarına bakıldığında değişkenler arasında aracılık etkilerinin de yer aldığı görülmektedir. Bu etkilerden biri araştırmanın amaçları doğrultusunda yer alan H4 hipotezidir. Bu hipotez, KSS ile FP arasında ES'nin aracılık rolünün olduğunu varsaymaktadır. Analiz sonuçları bu aracılık rolünün bulunmadığını yani KSS ile FP arasında ES'nin aracılık etkisinin olmadığını ifade etmektedir. Bu durum, firmaların daha çok KSS'ye yoğunlaştıklarını ve entelektüel sermayeye olan yatırımlarına yeteri kadar önem vermediklerinin bir sonucu olabilir. Buradan hareketle, çağımızın getirdiği zorlu koşullarda rekabet etmede ve kâr sağlamada hayati öneme sahip olan entelektüel sermaye unsurlarının iyi bir şekilde organize edilmemesi veya doğru ve güçlü bir şekilde yönetilememesi ES'nin KSS ile FP arasındaki aracılık rolünü üstlenmediğinin bir nedeni olduğu söylenebilir.

Dolayısıyla bu durum firmaların bilgiye dayalı varlıklardan ziyade maddi olan yani fiziksel varlıklara daha yüksek derecede önem verdiklerinin açıklaması olabilir. Buradan hareketle aracılık etkisine ilişkin ortaya çıkan bu sonucun, Shiu (2006), Maditinos vd. (2011), Zor ve Cengiz (2013) ile Sagara ve Chairunissa (2018) çalışma sonuçlarını destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

Analiz sonuçlarında yer alan diğer bir aracılık etkisi ise KSS ile FP arasında RA'nın aracılık etkisidir. Burada amaç, KSS'nin FP üzerindeki etkisinde RA'nın aracılık rolünün bulunup bulunmadığını ortaya koymaktır. Ayrıca bu rol, araştırma hipotezlerinden biri olan H5'i ifade etmektedir. Analiz sonuçları bu aracılık rolünün bulunmadığını yani KSS faaliyetlerinin finansal performans üzerindeki etkisinde rekabet avantajının belirleyici bir rolü olmadığını ifade etmektedir. Bu durum, firmaların daha çok KSS'ye yoğunlaştıklarını ve firma performansında rekabet avantajı sağlayacak stratejileri göz ardı ettiklerinin bir sonucu olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca firmaların rekabetçi fiyatlardan dolayı ihtiyaç duyulan kaynaklara ulaşamamaları, müşterilerin zihninde kötü bir imaja sahip olmaları veya pazardaki rekabet ortamından olumsuz etkilenmeleri gibi sorunlar rekabet avantajının finansal performans üzerindeki aracılık etkisinin olmadığını veya azalmasına neden olduğunu göstermektedir. Bu durum rakiplerinden farklı kaynak veya yeteneklere sahip olmayan firmaların rakiplerine rekabet üstünlüğü kuramadıkları ve dolayısıyla finansal performansa katkı sağlayamadıklarıyla da ifade edilebilir. Buradan hareketle bu aracılık etkisine ilişkin ortaya çıkan sonucun, Süslü'nün (2019) çalışma sonucunu destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç olarak özetlediğimizde, bu çalışmada KSS'nin FP üzerinde toplam etkisinin zayıf olduğu görülmektedir; fakat ES ve RA değişkenlerinin aracılık ettikleri durumda KSS'nin FP üzerinde doğrudan etkisinin yüksek bir düzeyde arttığını söylemek mümkündür. ES ve RA değişkenlerinin KSS ile FP arasında aracılık rolünün bulunmadığı yapılan analizlerden ve açıklamalardan anlaşılmaktadır. Araştırma sonuçları, firmaların araştırma kapsamında yer alan tüm boyutlar arasında en çok toplum, çalışan, ilişkisel sermaye ve beşeri sermayeye odaklandıklarını göstermektedir. Analiz sonuçlarından anlaşılmaktadır ki firmalar sosyal sorumluluk faaliyetlerine yeteri kadar önem vermelerine rağmen, maddi olmayan varlıklara KSS kadar önem vermedikleri anlaşılmaktadır. İşletmeler için önemli bir rekabet kaynağı

olan maddi olmayan varlıklara yöneticiler tarafından daha fazla önem vermeleri, firmaların üretim, pazar ve finansal performanslarında daha yüksek bir iyileşme sağlayabilir. Bunun yanı sıra analiz sonuçlarından firmaların, uzun vadeli RA kazanmadıklarını ve ekonomik performanslarını önemli ölçüde güçlendirmediklerini söylemek mümkündür. Yapılan açıklamalardan işletmelerin, ES bileşenlerine ve RA stratejilerine daha fazla yatırım yaparak operasyonel faaliyetlerini geliştirmeleri, bunları etkin ve verimli bir şekilde yöneterek finansal açıdan daha güçlü bir yapıya sahip olabilecekleri kanısına varılmaktadır.

Dünya’da ve Türkiye’de KSS ve FP arasındaki ilişki üzerine literatür incelendiğinde çok sayıda bilimsel çalışmaya rastlamak mümkündür. Ayrıca bu ilişkiye çok sayıda ve farklı değişkenlerin aracılık veya düzenleyicilik etkisinin olup olmadığını inceleyen çalışmalarda ilgili literatürde mevcuttur. Türkiye’de yapılan çalışmalara bakıldığında, KSS ile FP değişkenlerine ES veya RA değişkenlerinin aracılık rollerine ilişkin çalışma sayısı oldukça az olduğunu söylemek mümkündür. Fakat ülkemizde hem ES hem de RA değişkenlerinin birlikte KSS ile FP arasındaki aracılık rollerine ilişkin çalışmalara rastlanılmamış olması önemli bir inceleme ve araştırma boşluğu olduğunu göstermektedir. Buradan hareketle, KSS ile FP arasındaki ilişkiye hem ES’yi hem de RA’yı aracı değişken olarak eklemek, bir bütün olarak değişkenlerin birbirleri arasındaki ilişkileri ortaya koymak üzere yapılan bu çalışmanın, özellikle Türkiye’deki araştırma boşluğunu doldurmak açısından hem ulusal hem de uluslararası literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yapılan çalışmaya benzer çalışmaların Türkiye’de ilgili yazın alanında yapılan incelemeler neticesinde rastlanılmamış olması, yapılan çalışmanın söz konusu araştırma boşluğunu doldurmaya yardımcı olması ve literatüre sunacağı katkıdan dolayı özgün nitelikte bir çalışma olduğunu söylemek mümkündür.

Bu çalışma Türkiye’de yapıldığından dolayı sınırlılık arz etmektedir. Dolayısıyla, araştırma sonucunda elde edilen bulgular diğer ülkelere etkileri açısından genelleştirilemez. Ayrıca bu çalışma, KSS ve FP literatürüne farklı bir bakış açısı sağlamak açısından özellikle ülkemizde gelecekteki çalışmalara zemin hazırlamaktadır. Bu çalışma da çeşitlendirilmiş veya heterojen bir örneklem grubu araştırma alanı olarak ele alınmıştır. Yapılan literatür incelemelerinde ülkemizde bu çalışmanın amacına ve konusuna rastlanılmamış olması çalışmanın, gelecekte

yapılacak olan çalışmalara yol gösterebilmesi açısından fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışma ülke yöneticilerine, firma yöneticilerine ve bu alanda çalışma yapmayı düşünen araştırmacılara rehber bir çalışma niteliğinde olup anlamlı çıkarımlarda bulunmalarına yardımcı olabilecektir. Bu doğrultuda ilgili konu üzerinde çalışacak araştırmacılara aşağıda birkaç öneri sunulabilir:

- Araştırma İstanbul Sanayi Odasına'a bağlı ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunan firmalara uygulanmıştır. Bu nedenle çalışmada elde edilen sonuçların genelleştirilebilmesi için farklı illerde ve bölgelerde yapılması önerilmektedir.
- Araştırma verileri İstanbul Sanayi Odasına'a bağlı büyük ölçekli firmalardan elde edilmiştir. Buradan hareketle, gelecekte yapılacak olan çalışmaların KOBİ'ler üzerine yapılması önerilmektedir.
- Bu araştırma, çeşitlendirilmiş veya heterojen bir örneklem grubunu araştırma alanı olarak ele almıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalar, çeşitlendirilmemiş ve homojen bir yapıya sahip belli bir sektördeki veya faaliyet alanındaki örneklem grubuna yapılması daha farklı sonuçların ortaya çıkmasını sağlayabilir.
- Araştırma sonuçlarının literatüre sunacağı katkı ve evrensellik kazanması açısından benzer çalışmaların gelişmekte olan veya gelişmiş farklı ülkeler kıyaslanarak yapılması önerilmektedir.
- Özel veya kamu kurum ve kuruluşları arasında karşılaştırmalı bir analiz yaparak ilgili yazın alanına katkı sağlanabilir.
- Büyük ölçekli veya KOBİ'lerin dönemsel ticari faaliyetleri esas alınarak, konunun belli bir zaman aralığında tekrar analiz edilmesi daha faydalı sonuçlar doğurabilir.
- Araştırma kapsamında kullanılan değişkenlere başka değişkenlerinde eklenmesi araştırmanın bilimsel olarak daha kapsamlı olarak değerlendirilebilmesini sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Abdulaali, A. R. (2018). The Impact of Intellectual Capital on Business Organization. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(6), 1-16.

- Abdullah, H. (2019). *The Travel and Tourism Competitiveness Index: Examining the Reciprocal Relationship among the TTCI Factors Relative to Porter's (1998) Diamond Model and Airline Passenger Seat Capacity for the Countries of the World*. Melbourne, Florida: ProQuest LLC.
- Abeysekera, I. (2006). *The Project of Intellectual Capital Disclosure: Researching the Research*. Sydney: University of Wollongong.
- Acar, A. (2020). *Bir Sosyal Performans Göstergesi Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Firmanın Finansal Performansı Üzerindeki Etkisi: Marka Değerinin Aracı Rolü* (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü. <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/ET001618.pdf> adresinden alındı.
- Acar, M. (2003). Tarımsal İşletmelerde Finansal Performans Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (20), 21-37. doi:10.18070/euiibfd.15467.
- Agha, S., Alrubaiee, L. ve Jamhour, M. (2012). Effect of Core Competence on Competitive Advantage and Organizational Performance. *International Journal of Business and Management*, 7(1), 192-204. doi:10.5539/ijbm.v7n1p192
- Agudelo, M., Jóhannsdóttir, L. ve Davídsdóttir, B. (2019). A Literature Review of The History and Evolution of Corporate Social Responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23. doi:10.1186/s40991-018-0039-y.
- Ahangar, R. G. (2011). The Relationship Between Intellectual Capital and Financial Performance: An Empirical Investigation in An Iranian Company. *African Journal of Business Management*, 5(1), 88-95. doi:10.5897/AJBM10.712.
- Aho, S., Stahle, S. ve Pirjo Stahle. (2011). A Critical Assessment of Stewart's CIV Method. *Measuring Business Excellence* (4), 1-13. doi:10.1108/13683041111184080.
- Akbaş, H. E. (2011). Ekonomik Katma Değer Yaklaşımı ve Hissedar Değeri. *Mali Çözüm*, 115-132.
- Akdağ, G. (2012). *Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermaye ve Örgüt Performansı İlişkisi: Akdeniz Bölgesindeki Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma* (Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akkaya, B. ve Balı, S. (2018). Entelektüel Sermaye ve Ölçümüne Yönelik Bazı Yaklaşımlar. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(55), 1145-1161. doi:10.17719/jisr.20185538038.
- Akpınar, A. ve Akdemir, A. (2000). Intellectual Capital. *Third European Conference* (s. 332-340). ResearchGate.
- Akpınar, O. (2016). Sermaye Yapısının Firma Performansına Etkisi: Borsa İstanbul'da Bir Uygulama. *Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (11), 290-302.

- Aksu, A. (2000). Otel İşletmelerinin Başarısını Etkileyen Dış Çevre Faktörleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 269-281.
- Aktan, C. C. ve Börü, D. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*. İzmir: İgiad Yayınları.
- Akyüz, F. ve Yangibayev, B. (2020). Entegre Raporlama ile Finansal Performans Arasındaki İlişkiye Yönelik Akademik Çalışmaların Değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 41-65.
- Alagöz, A. ve Özpeynirci, R. (2007). Bilgi Toplumunda Entelektüel Varlıklar ve Raporlanması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(2), 167-184.
- Albaum, G. ve Tse, D. (2001). Adaptation of International Marketing Strategy Components, Competitive Advantage, and Firm Performance: A Study of Hong Kong Exporters. *Journal of International Marketing*, 9(4), 59-81. doi:10.1509/jimk.9.4.59.19943.
- Alcaniz, L., Gomez-Bezares, F. ve Roslender, R. (2011). Theoretical Perspectives on Intellectual Capital: A Backward Look and a Proposal for Going Forward. *Accounting Forum*, 35(2), 104-117. doi:10.1016/j.accfor.2011.03.004.
- Al-Dmour, H. ve Askar, H. (2011). The Impact of Corporate Social Responsibility on Companies Perceived Performance : A Comparative Study Between Local and Foreign Companies in Jordan. *Jordan Journal of Business Administration*, 7(1), 95-115.
- Alfarra, N. (2018). *The Role of The Intellectual Capital in Achieving Competitive Advantage: A Comparative Study Between Private Universities of Turkey and UAE* (Master Thesis). Çankaya: Çankaya University The Graduate School Of Social Sciences.
- Alkan, Ş. (2019). *Sürekli İyileştirme Metodolojilerinin İşletme Rekabet Avantajı Üzerine Etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Al-Musali, M. ve Ismail, K. (2014). Intellectual Capital and its Effect on Financial Performance of Banks: Evidence from Saudi Arabia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 164, 201-207. doi:10.1016/j.sbspro.2014.11.068.
- Alparslan, A. ve Aygün, M. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 435-448.
- Alper, D. ve Aydoğan, E. (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Firma Performansına Etkisi: Türkiye Örneği. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(34), 185-214. doi:10.21550/sosbilder.319457.
- Altunoğlu, A. ve Demir, N. (2012). Konaklama İşletmelerinde Entelektüel Sermaye Bileşenlerinin İncelenmesi: Kuşadası Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 297-312.
- Anwar , M., Khan, S. ve Zulfiqar, S. (2018). Big Data Capabilities and Firm's Performance: A Mediating Role of Competitive Advantage. *Journal of*

Information ve Knowledge Management, 17(4), 1-28.
doi:10.1142/S0219649218500454

- Arafat, N. ve Shahimi, M. (2013). An Exploratory of The İntangible Assets: Methods of Measuring Intellectual Capital. **3rd International Conference on Business, Economics, Management and Behavioral Sciences (ICBEMBS'2013)**, (s. 311-315). Singapore.
- Aramburu, N. ve Saenz, J. (2011). Structural Capital, İnnovation Capability, and Size Effect: An Empirical Study. **Journal of Management ve Organization**, 17(3), 307-325. doi:10.5172/jmo.2011.17.3.307
- Aras, G., Aybars, A. ve Kutlu, Ö. (2010). Managing Corporate Performance: Investigating the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Emerging Makkets. **International Journal of Productivity and Performance Management**, 59(3), 229-254. doi:10.1108/17410401011023573
- Arslan, M. ve Kızıl, C. (2019). Measuring Intellectual Capital of Turkish Banks Listed on Borsa Istanbul Banking Index (BIST XBANK) with the Market Value/Book Value Method and Value Added Intellectual Coefficient (VAIC) Model. **Emerging Markets Journal**, 9(1), 101-116. doi:10.5195/emaj.2019.180
- Arslan, N. (2019). **BİST Kurumsal Yönetim Endeksi'nde Yer Alan Şirketlerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans İlişkisi** (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arsoy, A., Arabacı, Ö. ve Çiftçioğlu, A. (2012). Corporate Social Responsibility And Financial Performance Relationship: The Case Of Turkey. **Muhasebe ve Finansman Dergisi** (53), 159-176.
- Aslan, Y. (2018). **İnovasyonun Firma Performansı Üzerine Etkisi: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme** (Doktora Tezi). Van: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aslanoğlu, S. ve Zor, İ. (2006). Bilgi Varlıklarının Değerlemesi: Entelektüel Sermaye Ölçüm ve Değerleme Modelleri: Karşılaştırmalı Bir Analiz. **Muhasebe ve Finansman Dergisi** (29), 152-165.
- Atan, Ö. ve Tunçer, A. (2019). Entelektüel Sermayenin İşletme Performansına Etkileri Üzerine Bir Araştırma. **Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2(1), 71-100. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/682305> adresinden alındı.
- Atkinson, A., Waterhouse, J. ve Wells, R. (1997). A Stakeholder Approach to Strategic Performance Measurement. **Sloan Management Review**, 38(3), 25-38.
- Avrupa Birliği**. (2020). 13.12.2020 tarihinde Avrupa Birliği: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52011DC0681> adresinden alındı.
- Aya, S. ve Gürdal, K. (2021). Effects of Intellectual Capital on Firm Performance Using RIM. **İşletme Akademisi Dergisi**, 2(1), 1-24. doi:10.26677/TR1010.2021.698

- Aydeniz, N. ve Akkuş, B. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Munzur Üniversitesi Örneği. **Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 7(3), 162-177. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/374237> adresinden alındı.
- Aydın, O. (2014). *To Determine and Analyze Factors Providing Competitive Advantage to Turkish Foundation Universities* (Doctoral Thesis). İstanbul: Okan Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Azman, A. H. (05.01.2017). **www.researchgate.net**. [www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/317318895_Structural_equation_modeling_SEM_Confirmatory_factor_analysis_CFA/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/317318895_Structural_equation_modeling_SEM_Confirmatory_factor_analysis_CFA/citation/download) adresinden alındı.
- Babajee, R., Seetanah, B. ve Nunkoo, R. (2020). The Determinants of Hotel Financial Performance: An Intellectual Capital Perspective. **Journal of Hospitality Marketing ve Management**, 29(8), 1008-1026. doi:10.1080/19368623.2020.1703870
- Bagh, T., Khan, M., Azad, T., Saddique, S. ve Khan, M. (2017). The Corporate Social Responsibility and Firms Financial Performance: Evidence from Financial Sector of Pakistan. **International Journal of Economics and Financial**, 7(2), 301-308.
- Bagozzi, R. ve Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. **Journal of the academy of Marketing Science**, 16(1), 74-94.
- Bai, X. ve Chang, J. (2015). Corporate Social Responsibility and Firm Performance: The Mediating Role of Marketing Competence and The Moderating Role Of Market Environment. **Asia Pacific Journal of Management**, 32, 505-530. doi:10.1007/s10490-015-9409-0
- Bakan, İ. ve Doğan, İ. F. (2012). Competitiveness of The Industries Based on The Porter's Diamond Model: An Empirical Study. **International Journal of Research and Reviews**, 11(3), 441-455. www.arpapress.com/Volumes/Vol11Issue3/IJRRAS_11_3_10.pdf adresinden alındı.
- Barca, M. ve Esen, S. (2012). Rekabet Avantajı Sağlama ve Sürdürmede Stratejik Yaklaşımlar. **NWSA-Social Sciences**, 7(2), 89-107.
- Baric, A. (2017). Corporate Social Responsibility and Stakeholders: Review of The Last Decade (2006-2015). **Business Systems Research**, 8(1), 133-146. doi:10.1515/bsrj-2017-0011
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. **Journal of Management**, 17(1), 99-120.
- Barut, A. ve Karabayır, M. E. (2019). Entelektüel Sermaye–Firma Değeri İlişkisi: Borsa İstanbul’da Ampirik Bir Analiz. **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 9(1), 169-193. doi:10.18074/ckuiibfd.411817
- 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: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 59-72.

- Başaran, N. ve Şahin, E. E. (2018). Finansal Performansın Değere Dayalı Ölçülmesinde Hissedar Katma Değeri (SVA) Yaklaşımı. *Kapadokya Akademik Bakış*, 2(1), 29-38.
- Bayraktaroğlu, A., Çalışır, F. ve Başkak, M. (2019). Intellectual Capital and Firm Performance: An Extended VAIC Model. *Journal of Intellectual Capital*, 20(3), 406-425. doi:10.1108/JIC-12-2017-0184
- Bchini, B. (2015). Intellectual Capital and Value Creation in The Tunisian Manufacturing Companies. *Procedia Economics and Finance*, 23, 783-791. doi:10.1016/S2212-5671(15)00443-8
- Becan, C. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Paydaş Teorisi ve İletişim Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi: Bankaların Basın Bültenlerine Yönelik Bir İçerik Analizi. *Selçuk İletişim*, 7(1), 16-35.
- Bektaş, Ç. ve Köseoğlu, M. A. (2008). İş Etiği ve İş Etiğinin Yayılım Süreci. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 13(1), 145-158.
- BM Küresel İlkeler Sözleşmesi.** (2007). 13.01.2021 tarihinde BM Küresel İlkeler Sözleşmesi: <https://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/index.html> adresinden alındı.
- Bollen, L. vergauwen, P. ve Schnieders, S. (2005). Linking Intellectual Capital and Intellectual Property to Company Performance. *Management Decision*, 43(9), 1161-1185. doi:10.1108/00251740510626254
- Bontis, N. (1998). Intellectual Capital: An Exploratory Study That Develops Measures and Models. *Management Decision*, 36(2), 63-76.
- Bontis, N., Rich, S. ve Chua Chong Keow, W. (2000). Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85-100. doi:10.1108/14691930010324188
- Boran, T. G. (2016). *Türkiye'den Uygulama Örnekleriye Kurumsal Sosyal Sorumluluk* (3. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Bordean, O., Borza, A., Nistor, R. ve Crisan-Mitra, C. (2010). The Use of Michael Porter's Generic Strategies in The Romanian Hotel Industry. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 1(2), 173-178.
- Botha, M. (2015). Responsibilities of Companies Towards Employees. *Potchefstroom Electronic Law Journal/Potchefstroomse Elektroniese Regsblad*, 18(2), 1-67. doi:10.4314/pelj.v18i2.01
- Boulouta, I. ve Pitelis, C. (2014). Who Needs CSR? The Impact of Corporate Social Responsibility on National Competitiveness. *Journal of Business Ethics* (119), 349-364.
- Böyükaslan, A. (2018). *Kurum Kültürünün İşletmelerin Finansal Performansına Etkisi* (Doktora Tezi). Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Branco, M. ve Rodrigues , L. (2006). Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives. *Journal of Business Ethics*, 69, 111-132. doi:10.1007/s10551-006-9071-z
- Brin, P. ve Nehme, M. (2019). Historical Development of The Corporate Social. *Scientific and Practical Journal "Black Sea Economic Studies*, 48(3), 7-14. doi:10.32843/bses.48-66
- Brine, M., Brown, R. ve Hackett, G. (2007). Corporate Social Responsibility and Financial Performance in The Australian Context. *Economic Round-up*, 47-58. doi:10.3316/informit.254072917099
- Burmaoğlu , S., Polat, M. ve Meydan, C. H. (2013). Örgütsel Davranış Alanında İlişkisel Analiz Yöntemleri ve Türkçe Yazında Aracılık Modeli Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 13-26.
- Büyükdağ, N., Kitapcı, O. ve Demir, A. (2017). Müşteri Ara Yüz Özellikleri ile E-Bağlılık Arasındaki İlişkide E-Tatminin Aracılık Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(3), 326-344.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* (32), 470-482.
- Can, A. V. ve Bardi, Ş. (2020). Entelektüel Sermaye ile Firma Performansı Arasındaki İlişki: BİST Kobi Sanayi Endeksi'nde Yer Alan Firmalar Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 13(3), 709-738. doi:10.29067/muvu.669776
- Cardebat , J.-M. ve Sirven, N. (2010). What Corporate Social Responsibility Reporting Adds Tofinancial Return? *Journal of Economics and International Finance*, 2(2), 20-27. <http://www.academicjournals.org/JEIF> adresinden alındı.
- Carmeli , A. ve Cohen, A. (2001). Organizational Reputation as a Source of Sustainable Competitive Advantage and Above-Normal Performance: An Empirical Test among Local Authorities in Israel. *Public Administration ve Management: An Interactive Journal*, 6(4), 122-165.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. doi:10.5465/amr.1979.4498296
- 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. (2016). Carroll's Pyramid of CSR: Taking Another Look. *Carroll International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(3), 1-8.
- Carroll, A. B. (1998). The Four Faces of Corporate Citizenship. *Business and Society Review*, 100(101), 1-7.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of A Definitional Construct. *Business Society*, 38(3), 268-295. doi:10.1177/000765039903800303

- Carroll, A. B. (2008). *A History of Corporate Social Responsibility Concepts and Practices*. Oxford University.
- Carroll, A. B. (2015). Corporate Social Responsibility: The Centerpiece of Competing and Complementary Frameworks. *Organizational Dynamics*, 44(2), 87-96. doi:<https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
- Carroll, A. B. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Social Performance (CSP). R. W. Kolb (Dü.) içinde, *The SAGE Encyclopedia of Business Ethics and Society* (s. 1-13). Thousand Oaks: SAGE Publications. doi:10.4135/9781483381503.n265
- Carroll, A. B. ve Brown, J. (2018). Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, and Issues. J. Weber ve D. Wasieleski içinde, *Corporate Social Responsibility* (s. 39-69). U.K.: Emerald Publishing Co.
- Carroll, A. B. ve Shabana, K. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 85-105. doi:10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x
- Castelo, B. M. (2013). Corporate Social Responsiveness (Carroll, Frederick, and Ackerman). S. Idowu, N. Capaldi, L. Zu ve A. Das Gupta içinde, *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility* (s. 1-2766). London: Springer Reference.
- Castro, G. ve Saez, P. (2008). Intellectual Capital in High-Tech firms: The Case of Spain. *Journal of Intellectual Capital*, 9(1), 25-36.
- Čater , T. ve Čater, B. (2009). (In)Tangible Resources As Antecedents of A Company's Competitive Advantage and Performance. *Journal of East European Management Studies*, 14(2), 186-209. <http://www.jstor.org/stable/23281130> adresinden alındı.
- Čater, T. ve Pucko, D. (2005). How Competitive Advantage Influences Firm Performance: The Case of Slovenian Firms. *Economic and Business Review for Central and South-Eastern Europe*, 7(2), 119-135. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/how-competitive-advantage-influences-firm/docview/219428522/se-2?accountid=15188> adresinden alındı.
- Cavlak, H. (2019). *Geleneksel, Değer Bazlı ve Alternatif Performans Ölçütlerinin Uluslararası Finansal Raporlama Standartları İle İlişkisi: Borsa İstanbul'da Bir Uygulama* (Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cengiz, S. (2020). *Kurumsal Yönetim, Muhafazakâr Muhasebe ve Finansal Performans İlişkisi: Borsa İstanbul Uygulaması* (Doktora Tezi). Kars: Kafkas Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chatzkel, J. (2002). *Intellectual Capital*. United Kingdom: Capstone Publishing.
- Chaudhry, N., Bilal, A., Awan, M. ve Bashir, A. (2016). The Role of Environmental Consciousness, Green Intellectual Capital Management and Competitive Advantage on Financial Performance of The Firms: An Evidence From Manufacturing Sector of Pakistan. *Journal of Quality and Technology Management*, 12(2), 51-70.

- Chen , M.-C., Cheng , S.-J. ve Hwang, Y. (2005). An Empirical Investigation of The Relationship Between İntellectual Capital and Firm's Market Value and Financial Performance. **Journal of Intellectual Capital**, 6(2), 159-176. doi:10.1108/14691930510592771
- Chen, H. ve Wang , X. (2011). Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance in China: An Empirical Research From Chinese Firms. **Corporate Governance**, 11(4), 361-370. doi:10.1108/14720701111159217
- Chen, Y.-S. (2008). The Positive Effect of Green Intellectual Capital on Competitive Advantages of Firms. **Journal of Business Ethics**, 77, 271-286. doi:10.1007/s10551-006-9349-1
- Choong, K. K. (2008). Intellectual Capital: Definitions, Categorization and Reporting Models. **Journal of Intellectual Capital**, 9(4), 609-638. doi:10.1108/14691930810913186
- Chu, S., Chan, K. ve Wu , W. (2011). Charting Intellectual Capital Performance of The Gateway to China. **Journal Of Intellectual Capital**, 12(2), 249-276.
- CIMA. (17.02.2017).www.cimaglobal.com.
https://www.cimaglobal.com/Documents/ImportedDocuments/tech_techrep_understanding_corporate_value_2003.pdf adresinden alındı.
- Clarke, M., Seng, D. ve Whiting, R. (2011). Intellectual Capital and Firm Performance in Australia. **Journal of Intellectual Capital** (12), 505-530. doi:10.1108/14691931111181706
- Clarkson, M. B. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. **Academy of Management Review**, 20(1), 92-117. <https://www.jstor.org/stable/258888> adresinden alındı.
- Cochran , P. ve Wood, R. (1984). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. **Academy of Management Journal**, 27(1), 42-56.
- Corporate Social Responsibility and Sustainability Institute**. (2021, 01 13). <http://csrand sustainability.com/2-6-1-role-of-corporate-citizenship-csr-in-community-development/> adresinden alındı.
- Crupi, A., Cesaroni, F. ve Minin, A. (2020). Understanding The İmpact of Intellectual Capital on Entrepreneurship: A Literature Review. **Journal of Intellectual Capital**, 1-32. doi:10.1108/JIC-02-2020-0054.
- Çakır, F. S. (2019). Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi (PLS-SEM) ve Bir Uygulama. **Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi**, 5(9), 111-128.
- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda Ölçme-Güvenilirlik-Geçerlilik. **TAF Preventive Medicine Bulletin**, 11(3), 339-344.
- Çalışkan, T. (2015). Bilgi Ekonomisinde Entelektüel Sermaye: Borsa İstanbul'da Bankacılık Sektörü Uygulaması. **Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, 13(3), 121-137. doi:10.11611/JMER698

- Çam, H. (2008). *Sağlık İşletmelerinde Finansal Performansın Değerlendirilmesi: Karaman Devlet Hastanesi Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çam, İ. (2016). *İnsan Sermayesi, İlişkisel Sermaye, İnovasyon Sermayesi ve Süreç Sermayesinin Firma Değeri ile İlişkisi: BİST Üzerine Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli: Gebze Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çanakçıoğlu, M. ve Demirbaş, M. (2009). Performans Ölçüm Yöntemleri ile Kurumsal Karne Yaklaşımı. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 59(2), 213-238.
- Çelik, S., Zeytinoğlu, E. ve Akarım, Y. (2016). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe Bilim Dünyası*, 18(Özel Sayı-1), 439-453.
- Çınar, Ö. (2019). *Yapısal Eşitlik Modeli: Örnek Bir Uygulama Çok Değişkenli Analiz Metotları -Yapısal Eşitlik Modellemesi Banka Çalışanlarına Yönelik Bir Uygulama*. İstanbul: Hiperlink Eğitim İletişim Yayınları (Hiper Yayın).
- Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* (15), 1-13.
- Daniel, O. (2010). *The Relationship Between Corporate Social Responsibility, Corporate Sustainability, and Corporate Financial Performance* (Doctoral Thesis). Minneapolis: Walden University.
- Daskalakis, S. ve Mantas, J. (2008). Evaluating The Impact of A Service-Oriented Framework for Healthcare Interoperability. *Studies in Health Technology and Informatics*, 285-290.
- Davis, J., Schoorman, F. ve Mayer, R. (2000). The Trusted General Manager and Business Unit Performance: Empirical Evidence of A Competitive Advantage. *Strategic Management*, 21(5), 563-576.
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review* (2), 70-76.
- Davis, K. (1973). The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities. *The Academy of Management Journal*, 16(2), 312-322. URL: <https://www.jstor.org/stable/255331> adresinden alındı.
- Demir, E., Saatçioğlu, Ö. ve İmrol, F. (2016). Uluslararası Dergilerde Yayımlanan Eğitim Araştırmalarının Normallik Varsayımları Açısından İncelenmesi. *Current Research in Education*, 2(3), 130-148.
- Demir, Y. ve Demirel, E. (2011). Rekabet Avantajı Yaratmada Entelektüel Sermayenin Önemi. *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13(1), 81-104. doi:10.4026/1303-2860.2010.0166.x
- Dişlioğlu, G. Ç. (2019). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ve Finansal Performans Arasındaki İlişki: Büyük Mağazacılık Sektöründe Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Doğan, M. (2013). *Doğrulamalı Faktör Analizinde Örneklem Hacmi, Tahmin Yöntemleri ve Normalliğin Uyum Ölçütlerine Etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Doğan, M. ve Kevser, M. (2020). Analysis of The Relationship Between Intellectual Capital and Firm Performance: An Empirical Research on Borsa Istanbul. *PressAcademia Procedia*, 12(1), 21-26.
- Doğan, N. (2008). İş Etiği ve İşletmelerde Etik Çöküş. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(16), 180-200.
- Doğan, N. ve Başokçu, O. (2010). İstatistik Tutum Ölçeği İçin Uygulanan Faktör Analizi ve Aşamalı Kümeleme Analizi Sonuçlarının Karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 1(2), 65-71.
- Du, S., Bhattacharya, C. ve Sen, S. (2011). Corporate Social Responsibility and Competitive Advantage: Overcoming The Trust Barrier. *Management Science*, 57(9), 1528-1545.
- Dumay, J. C. (2009). Intellectual Capital Measurement: A Critical Approach. *Journal of Intellectual Capital*, 10(2), 190-210.
- Düzer, M. ve Önce, S. (2018). Sürdürülebilirlik Performans Göstergelerine İlişkin Açıklamaların Finansal Performans Üzerine Etkisi: BIST’te Bir Uygulama. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 11(1), 93-117. doi:10.29067/muvu.372882
- Edvinsson, L. ve Sullivan, P. (1996). Developing a Model for Managing Intellectual Capital. *European Management Journal*, 14(4), 356-364.
- Edwards, J. ve Bagozzi, R. (2000). On The Nature and Direction of Relationships Between Constructs and Measures. *Psychological Methods*, 5, 155-174.
- Elitaş, C. ve Ağca, V. (2006). Firmalarda Çok Boyutlu Performans Değerleme Yaklaşımları: Kavramsal Bir Çerçeve. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 343-370.
- Elitok, U. (2019). *Entelektüel Sermayenin Kurumsal İtibar Üzerine Etkisi ve Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma* (Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Emadzadeh, M., Afzali, N., Bagheri, A., Rahimpour, M., Ezadi, F. ve Rahmani, M. (2013). Effect of Intellectual Capital on Firm Performance. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 2, 98-103.
- Epstein, E. M. (1987). The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99-115.
- Epstein, E. M. (1989). Business Ethics, Corporate Good Citizenship and the Corporate Social Policy Process: A View from the United States. *Journal of Business Ethics*, 8, 583-595.
- Erbil, M. (2017, 11 27). [www.researchgate.net](https://www.researchgate.net/publication/340621835_Yapısal_Esıtlık_Modellemesi_Tanımlar_ve_Regresyondan_Ayrılan_Noktalar_adresinden_alındı). [www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/340621835_Yapısal_Esıtlık_Modellemesi_Tanımlar_ve_Regresyondan_Ayrılan_Noktalar_adresinden_alındı](https://www.researchgate.net/publication/340621835_Yapısal_Esıtlık_Modellemesi_Tanımlar_ve_Regresyondan_Ayrılan_Noktalar_adresinden_alındı).

- Erdem, N. ve Yörük, N. (2008). Entelektüel Sermaye ve Unsurlarının, İMKB’de İşlem Gören Otomotiv Sektörü Firmalarının Finansal Performansı Üzerine Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 397-413. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2694/35479> adresinden alındı.
- Erdoğan, A. (2020). *Impact of Innovation Performance on Financial Performance and Firm Value: An Application in Borsa Istanbul* (Master’s Thesis). Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, M. ve Dönmez, A. (2014). Entelektüel Sermaye ile İşletme Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Panel Veri Uygulaması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 362-369.
- Erdoğan, Y., Bayram, S. ve Deniz, L. (2007). Web Tabanlı Öğretim Tutum Ölçeği: Açıklayıcı ve Doğrulamalı Faktör Analizi Çalışması. *İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(2), 1-14.
- Erdur, D. ve Kara, E. (2014). Analyzing the Effect of Corporate Social Responsibility Level on the Financial Performance of Companies: An Application on BIST Corporate Governance Index Included Companies. *Uluslararası Yönetim ve İşletme Dergisi*, 10(23), 227-242. doi:10.17130/ijmeh.2014.10.23.613
- Eren, M. Ş. (2014). Jenerik Rekabet Stratejilerinin Firmaların İhracat Performansına Etkisi. *Journal of Yasar University*, 9(34), 5998-6022.
- Ergun, E. ve Yılmaz, O. (2013). Entelektüel Sermayenin, Rekabet ve Yenilikçilik ile İlişkisine Literatür Açısından Genel Bir Bakış. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 8(1), 129-134.
- Erkahraman, E. (2019). *Türkiye Kule Vinç Sektörünün Michael E. Porter Elmas Modeli ile Rekabet Analizi* (Yüksek Lisans Tezi). Zonguldak: Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erkal, Z. (2005). *Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi, Raporlanması ve İMKB’ye Kayıtlı Teknoloji Şirketlerine Yönelik Bir Araştırma* (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erkuş, A. (2005). *Entelektüel Sermaye: Bir Uygulama* (Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ertan, Y., Arsoy, A. ve Kılınçarslan, T. (2017). Kurumsal Risk Yönetimi Olgunlaşma Seviyesinin Finansal Performansa Etkisi: Türkiye Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 139-156.
- Ertuğrul, F. (2008). Paydaş Teorisi ve İşletmelerin Paydaşları ile İlişkilerinin Yönetimi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (31), 199-223.
- Eskandar, J. (2013). Intellectual Capital and its Effects on Firm’s market value and Financial Performance in Iran: An Investigating Pulic Model. *Research Journal of Recent Sciences*, 2(3), 1-6.
- Etlioğlu, M. ve Tekin, M. (2020). Elektronik Öğrenmede Öğrenci Tutum ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkide Öğrenci Merak ve Kaygısının Aracılık Rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (43), 34-48.

- Evans, J., Bridson, K., Byrom, J. ve Medway, D. (2005). The Mediating Role of Competitive Advantage in The Relationship Between Organisational Capabilities and Retail Performance. **Australian and New Zealand Marketing Academy. Conference (17th : 2005: Fremantle, W.A.)** (s. 21-27). Fremantle, W.A.: University of Western Australia, School of Business. <http://hdl.handle.net/10536/DRO/DU:30009719> adresinden alındı.
- Fabac, R., Klacmer Calopa, M. ve Sestanji-Peric, T. (2016). Relationship Between CSR and Financial Performance : Companies Within ZSE CROBEX10 index. **Journal of Corporate Governance, Insurance and Risk Management**, 3(1), 163-177. <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/66815> adresinden alındı.
- Farajollahi, F. (2016). **Bankacılık Sektöründe Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açıklamalarının Finansal Performans Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: BİST-30'da Bir Uygulama** (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Fauzi , H., Mahoney, L. ve Rahman, A. (2007). The Link Between Corporate Social Performance: Evidence form Indonesian Companies. **Issues in Social and Environmental Accounting**, 1(1), 149-159.
- Fettahoğlu, S. (2014). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ile Finansal Performans Arasındaki İlişki: İMKB'ye Yönelik Bir Uygulama. **Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**, 6(1), 11-20.
- Firer, S. ve Williams , M. (2003). Intellectual Capital and Traditional Measures of Corporate Performance. **Journal of Intellectual Capital**, 4(3), 348-360. doi:10.1108/14691930310487806
- Fırlar, F. ve Çolakoğlu, B. (2009). Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Yakalamada Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ve Planlanma Sürecinin Önemi. **Marmara İletişim Dergisi** (14), 93-107.
- Fisher, J. (2004). Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts. **Journal of Business Ethics**, 52, 391-400.
- Frederick, W. C. (2018). J. Weber ve D. Wasieleski içinde, **Corporate Social Responsibility** (s. 3-38). United Kingdom: Emerald Publishing.
- Freeman, R. E. (2007). **Managing for Stakeholders**. Virginia: Darden Business Publishing.
- Gallardo-Vázquez, D., Valdez-Juárez, L. ve Lizcano-Álvarez, J. (2019). Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital: Sources of Competitiveness and Legitimacy in Organizations' Management Practices. **Sustainability**, 11(5843), 1-29. doi:10.3390/su11205843
- Gan, K. ve Saleh, Z. (2008). Intellectual Capital and Corporate Performance of Technology-Intensive Companies: Malaysia Evidence. **Asian Journal of Business and Accounting**, 1(1), 113-130.
- Garriga, E. ve Mele, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. **Journal of Business Ethics**, 53(1/2), 51-71.

- Gençyürek, A. G. (2014). *Gelişmekte Olan Ülkelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Finansal Performans İlişkisi: Türkiye Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ghasemi, A. ve Zahediasl, S. (2012). Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians. *Int J Endocrinol Metab.*, 10(2), 486-489.
- Giocasi, D. (2014). Intellectual Capital: A Critical Approach on Definitions and Categorization. *CES Working Papers*, 6(4), 57-63.
- Glen, S. (2016, 05 16). <https://www.statisticshowto.com>.
<https://www.statisticshowto.com/composite-reliability-definition/> adresinden alındı.
- Gogan, M.-L. (2014). An Innovative Model for Measuring Intellectual Capital. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (124), 194-199.
- Golob, T. F. (2003). Structural Equation Modeling for Travel Behavior Research. *Transportation Research Part B*, 37, 1-25.
- Gökaslan, M. O. (2018). Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık, İşe Gömülmürlük, İşe Adanmışlık ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Bir Alan Çalışması. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 25-46.
- Görmüş, A. Ş. (2009). Entelektüel Sermaye ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Artan Önemi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(1), 57-75.
- Gross-Golacka, E., Kusterka-Jefmanska, M. ve Jefmanski, B. (2020). Can Elements of Intellectual Capital Improve Business Sustainability? The Perspective of Managers of SMEs in Poland. *Sustainability* (12), 1-23. doi:10.3390/su12041545
- Grundy, T. (2006). Rethinking and Reinventing Michael Porter's five Forces Model. *Strategic Change*, 15, 213-229.
- Guthrie, J., Cuganesan, S. ve Ward, L. (2007). Extended Performance Reporting: Evaluating Corporate Social Responsibility And Intellectual Capital Management. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 1(1), 1-25.
- Gülcan, N. ve Dalgıç, H. (2019). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Finansal Performanslarına Etkisi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 21(3), 603-627. doi:10.31460/mbdd.545049
- Gülcemal, T. ve Çıtak, L. (2017). Entelektüel Katma Değer Katsayısı Yöntemi ile Ölçülen Entelektüel Sermayenin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(1), 35-55. <https://dergipark.org.tr/en/pub/cumuiibf/issue/32216/357726> adresinden alındı.
- Gümüş, U. T. ve Avcı, Z. Ş. (2019). Entelektüel Sermayenin Firma Değeri Üzerindeki Etkisi: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma. *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 9(1), 85-106.
- Gümüş, U. T., Köroğlu, Ç., Hadımoğulları, S. ve Yılmaz, O. (2018). Entelektüel Sermayenin Firma Değeri Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesi: Çimento Sektöründe Bir Uygulama. *IMCOFE 2018*, (s. 52-67). Roma.

- Gürbüz, S. (2019). *AMOS İle Yapısal Eşitlik Modellemesi: Temel İlkeler ve Uygulamalı Analizler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Gürkan, S., Gökbulut, R. İ. ve Çolak, N. (2015). Entelektüel Katma Değer Katsayısı Bileşenlerinin İşletmelerin Finansal Performansı Üzerindeki Etkisi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 45-64.
- Gürpınar, K. ve Sandıkçı, M. (2008). Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter'ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye'deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 105-125.
- Ha-Brookshire, J. ve Dyer, B. (2009). The Impact of Firm Capabilities and Competitive Advantages on Import Intermediary Performance. *Journal of Global Marketing*, 22(1), 5-19.
- Halawi, L., Aronson, J. ve McCarthy, R. (2005). Resource-Based View of Knowledge Management for Competitive Advantage. *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 3(2), 75-86.
- Harris, A. H. (2018). *An Exploratory Case Study Of Nursing Intellectual Capital And Hospital Performance* (Doktora Tezi). Toronto: ProQuest LLC.
- Hejazi, R., Ghanbari, M. ve Alipour, M. (2016). Intellectual, Human and Structural Capital Effects on Firm Performance As Measured By Tobin's Q. *Knowledge and Process Management*, 23(4), 259-273.
- Henseler, J., Ringle, C. ve Sarstedt, M. (2012). Using Partial Least Squares Path Modeling in International Advertising Research: Basic Concepts and Recent Issues. S. Okazaki içinde, *Handbook of Research on International Advertising* (s. 252-276). Edward Elgar Publishing.
- Herlambang, A., Murhadi, W. ve Andriani, T. (2020). Factors Affecting the Financial Performance of Companies Based on Agency Theory. B. R. University (Dü.), *The 17 th International Symposium on Management (INSYMA 2020)*. içinde 115, s. 110-114. Vietnam: Atlantis Press SARL.
- Herzallah, A., Gutierrez-Gutierrez, L. ve Rosas, J. (2014). Total Quality Management Practices, Competitive Strategies and Financial Performance: The Case of The Palestinian industrial SMEs. *Total Quality Management*, 25(6), 635-649. doi:10.1080/14783363.2013.824714
- Hirigoyen, G. ve Poulain-Rehm, T. (2015). Relationships Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: What is the Causality? *Journal of Business and Management*, 4(1), 18-43. doi:10.2139/ssrn.25
- Hobikoğlu, E. (2011). Entelektüel Sermayenin Önemi, Sınıflandırılması ve Ölçme Yöntemleri: Kurumsal Bir Çerçeve. *Sosyal Bilimler Dergisi* (1), 86-89.
- Hooper, D., Coughlan, J. ve Mullen, M. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.

- Horasan, E., Meydan, C. ve Yıldız, S. (2017). Entelektüel Sermaye, Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notu ve İşletme Performansı Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(16), 463-482.
- Höck, M. ve Ringle, C. (2006). Strategic Networks in The Software Industry: An Empirical Analysis of the Value Continuum. *IFSAM VIIIth World Congress* (s. 1-18). Berlin: ResearchGate Publishing.
- <https://www.iso.org.tr/>. (2021, 08 10). <https://www.iso500.org.tr/500-buyuk-sanayi-kurulusu/2019/> adresinden alındı.
- Iazzolino, G. ve Laise, D. (2016). Value Creation and Sustainability in Knowledge-Based Strategies. *Journal of Intellectual Capital*, 17(3), 457-470.
- Ibrahim, N. ve Mahmood , R. (2016). Mediating Role of Competitive Advantage on the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and the Performance of Small and Medium Enterprises. *International Business Management*, 10(12), 2444-2452.
- İlhan, M. ve Çetin, B. (2014). LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5(2), 26-42.
- İlhan, M., Çetin, B. ve Bars, M. (2013). Katılımcı Değerlendirmeye Yönelik İnanç Ölçeği'nin (KDYİÖ) Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Journal of European Education*, 3(2), 17-35.
- İsmail, K. ve Al-Musali, M. (2011). Intellectual Capital and the Financial Performance of Banks in Bahrain. *Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 63-77.
- İsmail, M. (2009). Corporate Social Responsibility and Its Role in Community Development: An International Perspective. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9), 199-209.
- ISO. (2020, 12 02). <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> adresinden alındı.
- İşık, K. N. ve Es, H. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Kesirlerle İşlemleri Modelleme Becerilerinin, Matematik Tutumlarının ve Arasındaki İlişkinin Bazı Bağımsız Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(3), 1347-1380.
- Jackson, T. (2021, 2 17). <https://www.clearpointstrategy.com/>. <https://www.clearpointstrategy.com/what-is-a-balanced-scorecard-definition/> adresinden alındı.
- Jain, P., Vyas, V. ve Chalasani, D. P. (2016). Corporate Social Responsibility and Financial Performance in SMEs: A Structural Equation Modelling Approach. *Global Business Review*, 17(3), 630-653. doi:10.1177/0972150916630827
- Jain, P., Vyas, V. ve Roy, A. (2017). Exploring the Mediating Role of Intellectual Capital and Competitive Advantage on The Relation Between CSR and

- Financial Performance in SMEs. *Social Responsibility Journal*, 13(1), 1-23. doi:10.1108/SRJ-04-2015-0048
- Jensen, M. ve Meckling, W. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Joia, L. A. (2007). *Strategies for Information Technology and Intellectual Capital: Challenges and Opportunities*. London: Idea Group Inc.
- Jones, O. (2003). Competitive advantage in Smes: towards a conceptual framework. Liverpool: ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/228271082> adresinden alındı.
- Joyce, P. ve Winch, G. (2004). A framework for codifying business models and process models in e-Business design. W. L. Currie içinde, *Value Creation from E-Business Models* (s. 35-64). Oxford: Butterworth-Heinemann. doi:10.1016/B978-075066140-9/50005-9
- Jurczak, J. (2008). Intellectual Capital Measurement Methods. *Economics and Organization of Enterprise*, 1(1), 37-45. doi:10.2478/v10061-008-0005-y
- Jurevicius, O. (2013, 10 14). *Resource Based View*. 10 03, 2021 tarihinde <https://strategicmanagementinsight.com/topics/resource-based-view.html> adresinden alındı.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayıncılık.
- Kamukama, N., Ahiauzu, A. ve Ntayi, J. (2011). Competitive Advantage: Mediator of Intellectual Capital and Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 12(1), 152-164. doi:10.1108/14691931111097953
- Kanıbir, H. (2004). Yeni Bir Rekabet Gücü Kaynağı Olarak Entelektüel Sermaye ve Organizasyonel Performansa Yansımaları. *Havacılık ve Uzun Teknolojileri Dergisi*, 1(3), 77-85.
- Kaplan, M. (2020). *Dinamik Yeteneklerin Rekabet Avantajı ve Çevresel Türbülans Üzerine Etkisi: Ayakkabıcılık Sektörü Örneği* (Doktora tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kara, C. (2020). *Örgütlerde Yeniliğin Entelektüel Sermaye ve Rekabet Avantajı İlişkisine Aracılık Etkisi Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karacaer, S. ve Aygün, M. (2009). Entelektüel Sermayenin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 127-140.
- Karacaer, S. ve Kapusuzoğlu, A. (2010). İMKB Turizm Sektöründe Entellektüel Sermayenin Firma Değeri Üzerindeki Etkisinin Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 98-108.
- Karacan, S. ve Ergin, E. (2011). Bankaların Entelektüel Sermayesi ile Finansal Performansı Arasındaki İlişki. *Business and Economics Research Journal*, 2(4), 73-88.

- Karadeniz, S. (2017). *Entelektüel Sermaye ve Örgüt Kültürünün Yenilik ve Firma Performansı Üzerindeki Etkileri* (Doktora Tezi). Kocaeli: Gebze Teknik Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karaman, D. (2019). *Yapısal Eşitlik Modellemesi: Kuzey Kıbrıs Devlet Hastanelerinde Sağlık Okuryazarlığı Düzeyinin Hasta Mmenuniyeti Üzerindeki Etkisi* (Doktora Tezi). Lefkoşa: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Yakın Doğu Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Katrancı, M. ve Temel, S. (2018). İlkokul Öğrencilerine Yönelik Yazma Kaygısı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(24), 1544-1555.
- Kaya, D. (2017). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Endeksinin Objektif Verilerle Ölçülmesi ve Firma Performansı İle İlişkisi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Yaşar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, F. B., Şahin, G. G. ve Poyraz, G. (2010). Intellectual Capital in Organizations. *Problems and Perspectives in Management*, 8(1), 153-160.
- Kaya, M. F. (2013). Sürdürülebilir Kalkınmaya Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Marmara Coğrafya Dergisi* (28), 175-193.
- Kayalı, C., Yereli, A. ve Ada, Ş. (2007). Entelektüel Katma Değer Katsayısı Yöntemi Kullanılarak Entelektüel Sermayenin Firma Değeri Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(1), 67-90. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/145938> adresinden alındı.
- Kaygusuz, M. (2017). *Maddi Olmayan Duran Varlıkların Finansal Performansa Etkisi: Borsa İstanbul Teknoloji Şirketlerinde Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaynar, B. (2011). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışına Dayalı Sosyal Raporlamanın İşletme Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye Uygulaması* (Doktora Tezi). Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keldal, G. (2015). Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği'nin Türkçe Formu: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *The Journal of Happiness ve Well-Being*, 3(1), 103-115.
- Kement , Ü. ve Çavuşoğlu, S. (2017). Hafızaya Yönelik Müşteri Deneyimlerinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Yeşil Oteller Örneği. *International Journal of Social and Educational Sciences*, 4(8), 172-194.
- Kendirli, S. ve Diker, F. (2016). Kâğıt ve Ambalaj Sanayi İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Finansal Performansa Etkisi. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 9(1), 45-58.
- Kendirli, S. ve Konak, F. (2015). Entelektüel Performansı Üzerinde Etkisi: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Bilişim Şirketeri Üzerine Bir Uygulama. *Sakarya İktisat Dergisi*, 4(1), 31-51.
- Kenny, D. A. (2020.06.05). <http://www.davidakenny.net>. 08.09.2021 tarihinde <http://www.davidakenny.net/cm/fit.htm> adresinden alındı.

- Keskin, H., Şentürk, H. ve Beydoğan, A. (2018). Yenilikçilik Kalitesi Perspektifinden Bilgi Paylaşımı, Entelektüel Sermaye ve Performans İlişkisi. **Business ve Management Studies: An International Journal**, 6(3), 71-94.
- Khalique, M., Shaari, J. ve Isa, A. (2011). Intellectual Capital and Its Major Components. **International Journal of Current Research**, 3(6), 343-347.
- Khan, M. W. (2014). Identifying the Components and Importance of Intellectual Capital in Knowledge-Intensive Organizations. **Business and Economic Research**, 4(2), 297-307.
- Khan, M., Nouman, M., Teng, J.-Z., Khan, M. ve Jadoon, A. (2015). Determinants of Financial Performance of Financial Sectors (An Assessment Through Economic Value Added). **European Academic Research**, 5(7), 3291-3328. https://mpira.ub.uni-muenchen.de/82386/1/MPRA_paper_82386.pdf adresinden alındı.
- Khine, M. (2013). **Application of Structural Equation Modeling in Educational Research and Practice**. Newyork: Sense Publishers.
- Kincaid, B. L. (2005). **Competitive advantage of clusters within lesser developed countries of the south pacific: an empirical case study extending the Porter Diamond Model**. Minneapolis: ProQuest LLC.
- Kırlı, M., Kuğu, T. D. ve Kara, İ. E. (2013). Finansal Performansın Ölçümünde Nakit Katma Değer Yöntemi (CVA) ve Borsa İstanbul'a Kote Şirketlerde Bir Uygulama. **Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 13(26), 98-123.
- Kızıl, C. (2009). **Bankacılık sektöründe entelektüel sermayenin ölçülmesi, değerlendirilmesi ve muhasebeleştirilmesi** (Doktora Tezi). İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Koban, E. ve İşcioğlu, T. (2020). Lojistik İşletmelerinin Pazarlama Yeteneklerinin Rekabet Avantajı ve İşletme Performansına Etkisi. **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi** (26), 35-52.
- Koç, M. ve Özbozkurt, O. (2014). Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme. **İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi**, 2(3), 85-91. <http://www.isletmeiktisat.com> adresinden alındı.
- Koğar, H. (2021). **R ile Geçerlik ve Güvenirlik Analizleri: Klasik Test Kuramı, Faktör Analizi Yaklaşımı ve Madde Tepki Kuramı Uygulamaları** (Cilt 2. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Komnienic, B. ve Pokrajčić, D. (2012). Intellectual Capital and Corporate Performance of MNC's in Serbia. **Journal of Intellectual Capital**, 13(1), 106-119. doi:10.1108/14691931211196231
- Korkmaz, H. ve Atay, L. (2016). Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamalarının Rekabet Avantajına ve İşletme Performansına Etkisi. **Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi**, 17(38), 176-203.
- Kotler, P. ve Lee, N. (2017). **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**. (S. KAÇAMAK, Çev.) İstanbul: MediaCat. (Eserin orijinali 2005'te yayımlanmıştır).

- Koyuncu, B. (2010). *Değere Dayalı ve Geleneksel Finansal Performans Ölçütlerinin Karşılaştırmalı Analizi: İMKB’de Bir Uygulama* (Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuo, S.-Y., Lin, P.-C. ve Lu, C.-S. (2017). The Effects of Dynamic Capabilities, Service Capabilities, Competitive Advantage, and Organizational Performance in Container Shipping. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 95, 356-371. doi:10.1016/j.tra.2016.11.015
- Kurt, A. (2020). *Kurumsal Yönetim ve Finansal Performans İlişkisi: Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksinde Yer Alan Şirketlerde Bir Uygulama* (Doktora Tezi). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Lantos, G. P. (2001). *The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility*. North Easton, MA: Stonehill College.
- Lee, M.-D. P. (2008). A Review of The Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and The Road Ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73. doi:10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x
- Lee, Y.-H. ve Yang, L.-Y. (2021). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: A Case Study Based in Taiwan. *Applied Economics*, 53(23), 2661-2670. doi:10.1080/00036846.2020.1866158
- Li, X. (2005). *Competitive Advantage And Economic Development*. United States-Wyoming: ProQuest LLC.
- Lin, Y. W. (2011). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance in the Taiwan Semi-Conductor Manufacturing Industry* (Doctoral Thesis). College Park: Maryland University.
- Lina, A. S. (2014). The Influence of Intellectual Capital Components Towards the Company Performance. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 125-140.
- Liu, L. (2011). The Effects of Manufacturing Firm's Supply Chain Performance on Competitive Advantage. *2011 Fourth International Joint Conference on Computational Sciences and Optimization* (s. 1259-1262). Kunming and Lijiang: IEEE. doi:10.1109/CSO.2011.264
- Long , W., Li , S., Wu , H. ve Song, X. (2020). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Roles of Government Intervention and Market Competition. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 525-541. doi:10.1002/csr.1817
- Lu, W. ve Taylor, M. (2016). Which Factors Moderate the Relationship Between Sustainability Performance and Financial Performance? A Meta-Analysis Study. *Journal Of International Accounting Research*, 15(1), 1-15.
- Lyra, F., De Souza, M. verdinelli, M. ve Lana, J. (2017). Corporate Social Responsibility: Comparing Different Models. *Social Responsibility Journal*, 13(4), 728-742.
- Lytras, M. ve Edvinsson, L. (2008). The Intellectual Capital Statements: Evolution and How to Get Started. 1-34. doi:10.4018/978-1-59904-603-7.ch002

- Ma, H. (2000). Competitive Advantage and Firm Performance. *Competitiveness Review*, 10(2), 15-32. doi:10.1108/eb046396
- Maditinos, D., Chatzoudes, D., Georgios, T. ve Tsairidis, C. (2011). The Impact of Intellectual Capital On Firm's Market Value and Financial Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 12(1), 132-151.
- Maiyaki, A. A. (2012). Statistics For Social Science: Structural Equation Modeling Approach. *Elixir Social Science*, 49, 9930-9934.
- Majumder, M. T. (10.11.2019). [www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/post/What-is-the-main-difference-between-composite-reliability-in-Smart-PLS-and-Cronbach-Alpha-in-SPSS-to-measure-the-reliability/5defc326b93ecd4340647e4b/citation/download](https://www.researchgate.net/post/What-is-the-main-difference-between-composite-reliability-in-Smart-PLS-and-Cronbach-Alpha-in-SPSS-to-measure-the-reliability/5defc326b93ecd4340647e4b/citation/download) adresinden alındı.
- Makki, M. ve Lodhi, S. (2014). Impact of Corporate Governance on Intellectual Capital Efficiency and Financial Performance. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 8(2), 305-330.
- Makni, R., Francoeur, C. ve Bellavance, F. (2008). Causality Between Corporate Social Performance and Financial Performance: Evidence from Canadian Firms. *Journal of Business Ethics*, 89, 409-422. doi:10.1007/s10551-008-0007-7
- Mallin, C., Farag, H. ve Ow-Yong, K. (2014). Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Islamic Banks. *Journal of Economic Behavior ve Organization* (103), 21-38.
- Man, T., Lau, T. ve Chan, K. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17, 123-142.
- Maon, F., Lindgreen, A. ve Swaen, V. (2010). Organizational Stages and Cultural Phases: A Critical Review and a Consolidative Model of Corporate Social Responsibility Development. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 20-38. doi:10.1111/j.1468-2370.2009.00278.x
- Marangoz, M. ve Özberk, T. İ. (2020). Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Sağlamada Kaynak Avantajı Teorisi ve Pazar Yönlülük Yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi*, 27(1), 70-89.
- Marr, B. (2005). *Perspectives on Intellectual Capital*. Amsterdam: Elsevier Inc. Publications.
- Marr, B. (2007). What is Intellectual Capital? L. A. Joia içinde, *Strategies for Information Technology and Intellectual Capital: Challenges and Opportunities* (s. 1-9). Hershey-London-Melbourne-Singapore: Information Science Reference.
- Marr, B. (2008). *Impacting Future Value: How To Manage Your Intellectual Capital*. Canada: CIMA:Chartered Institute of Management Accountants.
- Marr, B. ve Moustaghfir, K. (2005). Defining Intellectual Capital: A Three-Dimensional Approach. *Management Decision*, 43(9), 1114-1128. doi:10.1108/00251740510626227

- Marrewijk, M. v. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics*, 44, 95-105.
- Masud, A. ve Hossain, S. (2019). A Model to Explain How an Organization's Corporate Social Responsibility (CSR) Contributes to Corporate Image and Financial Performance: By Using Structural Equation Modeling (SEM). *International Journal of Management, IT ve Engineering*, 9(12), 32-52.
- Mavridis, D. G. (2004). The Intellectual Capital Performance of the Japanese Banking Sector. *Journal of Intellectual Capital*, 5(1), 92-115. doi:10.1108/14691930410512941
- McWilliams, A. ve Siegel, D. (2000). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? *Strategic Management Journal*, 21(5), 603-609.
- McWilliams, A., Siegel, D. ve Wright, P. (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.
- Mehralian, G., Rajabzadeh, A., Reza Sadeh, M. ve Rasekh , H. (2012). Intellectual Capital and Corporate Performance in Iranian Pharmaceutical Industry. *Journal of Intellectual Capital*, 13(1), 138-158. doi:10.1108/14691931211196259
- Mele, D. (2008). *Corporate Social Responsibility Theories*. (A. Crane, D. Matten, A. McWilliams, J. Moon ve D. S. Siegel, Dü) Oxford: Oxford University-Oxford Handbooks Online. doi:10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0003
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Middleton, F. (2021, 07 16). <https://www.scribbr.com>. <https://www.scribbr.com/methodology/reliability-vs-validity/> adresinden alındı.
- Mirza, S. ve Javed, A. (2013). Determinants of Financial Performance of a Firm: Case of Pakistani Stock Market. *Journal of Economics and International Finance*, 5(2), 43-52. doi:10.5897/JEIF12.043
- Mishra , S. ve Suar , D. (2010). Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies? *Journal of Business Ethics*, 95(4), 571-601. doi:10.1007/s10551-010-0441-1
- Mishra, P., Pandey, C., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C. ve Keshri, A. (2019). Descriptive Statistics and Normality Tests for Statistical Data. *Ann Card Anaesth*, 22(1), 67-72.
- Mohamed, İ. A. (2017). Methods of Measuring Intellectual Capital and the Efficiency of Investment It: Advantages ve Disadvantages, Analytical Comparative Study. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)*, 3(2), 1083-1092.
- Moir, L. (2001). What Do We Mean By Corporate Social Responsibility? *Corporate Governance*, 1(2), 16-22.

- Mondal , A. ve Ghosh, S. (2012). Intellectual Capital and Financial Performance of Indian Banks. *Journal of Intellectual Capital*, 13(4), 515-530. doi:10.1108/14691931211276115
- Montabon , F., Sroufe , R. ve Narasimhan, R. (2007). An Examination of Corporate Reporting, Environmental Management Practices and Firm Performance. *Journal of Operations Management*, 25(5), 998-1014. doi:10.1016/j.jom.2006.10.003
- Moon, J. (2007). The Contribution of Corporate Social Responsibility to Sustainable Development. *Sustainable Development*, 15, 296-306.
- Moura-Leite, R. ve Padgett, R. (2011). Historical Background of Corporate Social Responsibility. *Social Responsibility Journal*, 7(4), 528-539.
- Munizu, M. (2013). The Impact of Total Quality Management Practices Towards Competitive Advantage and Organizational Performance: Case of Fishery Industry in South Sulawesi Province of Indonesia. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 7(1), 184-197. <http://hdl.handle.net/10419/188084> adresinden alındı.
- Mwangi, C. ve Oyenje, J. (2013). The Relationship Between Corporate Social Responsibility Practices and Financial Performance of Firms in the Manufacturing, Construction and Allied Sector of the Nairobi Securities Exchange. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 3(2), 81-90.
- Najibullah, S. (2005). *An Empirical Investigation of the Relationship Between Intellectual Capital and Firm's Market Value and Financial Performance In Context Of Commercial Bank of Bangladesh*. Bangladesh: Independent University.
- Nassar, S. (2018). *Intellectual Capital and Its Impact on Financial Performance of Firms Listed in Borsa İstanbul* (Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Nawaz, T. (2019). Intellectual Capital Profiles and Financial Performance of Islamic Banks in The UK. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 16(1), 1-18. doi:10.1504/IJLIC.2019.096934
- Naz, F., Ijaz , F. ve Naqvi, F. (2016). Financial Performance of Firms: Evidence From Pakistan Cement Industry. *Journal of Teaching and Education*, 05(01), 81–94.
- Nazari, J. ve Herremans, I. (2007). Extended VAIC Model: Measuring Intellectual Capital Components. *Journal of Intellectual Capital*, 8(4), 595-609.
- Neef, D., Siesfeld, T., Siesfeld, G. ve Cefola, J. (1998). *The Economic Impact of Knowledge*. Woburn, ABD: Butterworth Heinemann.
- Nega, F. T. (2017). *The Relationship Between Financial Performance, Firm Size, Leverage and Corporate Social Responsibility* (Doctoral Thesis). Minneapolis: Walden University.

- Nelling, E. ve Webb, E. (2009). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The “Virtuous Circle” Revisited. **Review of Quantitative Finance and Accounting**, 32, 197-209. doi:10.1007/s11156-008-0090-y
- Newbert, S. L. (2008). Value, Rareness, Competitive Advantage and Performance: A Conceptual-Level Empirical Investigation of The Resource-Based View of The Firm. **Strategic Management Journal**, 29(7), 745-768. doi:10.1002/smj.686
- Nguyen, H., Tran, T., Nguyen, T. ve Truong, D. (2021). The Influence of Competitive Advantage on Financial Performance: A Case Study of SMEs in Vietnam. **The Journal of Asian Finance, Economics and Business**, 335–343.
- Nilipour, A. ve Nilipour, A. (2012). Survey of the Association between Financial Performance and Corporate Sustainability Performance (Case Study: Cement Companies Accepted at Tehran Stock Exchange). **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**, 3(9), 1084-1092.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. **Organization Science**, 5(1), 14-37.
- Nyuur, R., Ofori, D. ve Amponsah, M. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective. **Thunderbird International Business Review**, 61(4), 551-564.
- Ocak, M. (2020). **AMOS İle Adım Adım Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları**. Bursa: Ekin Yayıncılık.
- Odabaşoğlu, Ş. (2019). Havayolu İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Piyasa Değeri-Defter Değeri Oranına Etkileri. **Journal of Aviation Research**, 1(1), 1-23.
- O'Donnell, D., O'Regan, P., Coates, B., Kennedy, T., Keary, B. ve Berkery, G. (2003). Human Interaction: The Critical Source of Intangible Value. **Journal of Intellectual Capital**, 4(1), 82-99. doi:10.1108/14691930310455405
- OECD**. (2008). 2021 tarihinde OECD: <https://www.oecd.org/science/inno/40637101.pdf> adresinden alındı.
- Oğraş, Z. (2010). **The Impact of Intellectual Capital on The Financial Performance of Depositary Banks in Turkey** (Master Thesis). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Omodero, C., Alpheaus, O. ve Ihendinihu, J. (2016). Human Resource Costs And Financial Performance: Evidence From Selected Listed Firms in Nigeria. **International Journal of Interdisciplinary Research Methods**, 3(4), 14-27.
- Ong, J. ve Ismail, H. (2012). Competitive Advantage and Firm Performance: Evidence From Small and Medium Enterprises. **International Journal of Business and Globalisation**, 9(2), 195–206. doi:10.1504/IJBG.2012.048960
- Ong, J. W., Ismail, H. ve Goh, G. (2010). The Competitive Advantage of Small and Medium Enterprises (SMEs): The Role of Entrepreneurship and Luck. **Journal of Small Business ve Entrepreneurship**, 23(3), 373-391.

- Onurlubaş, E. ve Öztürk, D. (2020). Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Butik Oteller Üzerine Bir Uygulama. **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi**, 11(3), 756-766.
- Orakwue, A. ve Oghuvwu, M. (2019). Corporate Social and Environmental Reporting (CSER) and Financial Performance: The Mediating Role of Competitive Advantage. **Journal of Economics, Management and Trade**, 23(2), 1-11. doi:10.9734/jemt/2019/v23i230123
- Orlitzky, M., Schmidt, F. ve Rynes, S. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis. **Organization Studies**, 24(3), 403-441. doi:10.1177/0170840603024003910
- Ormanidhi, O. ve Stringa, O. (2008). Porter's Model of generic competitive strategies: An insightful and convenient approach to firms' analysis. **Business Economics**, 43, 55-64.
- Otrar, M. (2021, 07 05). <https://mustafaotrar.net/>. <https://mustafaotrar.net/istatistik/t-degerleri-tablosu/> adresinden alındı.
- Ovla, H. ve Taşdelen, B. (2012). Aykırı Değer Yönetimi. **Mersin Üniversitesi Sağlık Bilim Dergisi**, 5(3), 1-8.
- Önder, Ş. (2019). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumlulukları ve Finansal Performansı Arasındaki İlişkinin Çift Yönlü İncelenmesi. **Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi**, 12(2), 181-196. doi:10.29067/muvu.378507
- Örücü, E. ve Boz, H. (2014). Konaklama İşletmelerinde İşe Alıştırma Eğitiminin Örgütsel Bağlılığa Etkisi. **Yönetim ve Ekonomi**, 21(1), 61-76.
- Özbağ, G. K. (2016). Rekabet avantajı yaratmada iki temel yaklaşım; kaynak tabanlı ve endüstri tabanlı yönetim modeli. **Yeni Türkiye**, 88, 888-899. <https://www.researchgate.net/publication/312582935> adresinden alındı.
- 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.
- Özdemir, S. ve Karakoç, M. (2018). Bilgi ekonomisi özelinde üniversitelerde entelektüel sermayenin ölçülmesi ve raporlanması. **Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)**, 5(18), 444-461.
- Özdemir, S. ve Kaya, Y. (2019). Entelektüel Sermayenin Ölçülmesinde ve Raporlanmasında Kullanılan Yöntemler: Türkiye Banka Sektöründe Bir Uygulama. **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** (35), 269-284.
- Özdil, S. Ö. (2017). **Tekli ve Çoklu Aracılık Modellerinde Aracı Değişken Etkisinin BK, Sobel, Bootstrap Yöntemleriyle Karşılaştırılması (Pisa 2012 Matematik Okuryazarlığı) (Doktora Tezi)**. Ankara: Ankara Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. **KKEFD** (15), 394-422.

- Özer, A. ve Özer, N. (2014). Kaynak Temelli Yaklaşım ve Paydaş Yaklaşımı Açısından Entelektüel Sermayenin BIST’deki Çokuluslu İşletmelerin Finansal Performansına Etkisi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 8(2), 119-149.
- Özkan , N., Çakan , S. ve Kayacan, M. (2017). Intellectual Capital and Financial Performance: A Study of the Turkish Banking Sector. *Borsa Istanbul Review*, 17(3), 190-198. doi:10.1016/j.bir.2016.03.001
- Özsoy, İ. (2006). *Entelektüel sermayenin ölçülmesi ve İMKB’de işlem gören tekstil firmalarına uygulanması* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Öztürk, M. (2004). Finansal Performansın Ölçülmesinde Alternatif Bir Yöntem “Ekonomik Katma Değer”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 351-368.
- Öztürk, M. ve Demirgüneş, K. (2007). Entellektüel Sermayenin Firma Değeri Üzerindeki Etkisinin Entellektüel Katma Değer Katsayısı Yöntemi ile Tespiti: İMKB’de İşlem Gören Üretim Firmaları Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *İMKB Dergisi*, 10(37), 59-80. <https://hdl.handle.net/11480/2496> adresinden alındı.
- Öztürk, M. ve Şahin, E. E. (2013). Finansal Performansın Ölçülmesinde Nakit Akımına Dayalı Bir Yöntem “Nakit Katma Değer”. *Verimlilik Dergisi* (3), 7-17.
- Paksoy, H. ve Öztürk, M. (2006). Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Oluşumu: GAP Örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 133-158.
- Pala, F. (2020). *Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin Moderatör Etkileri Üzerine Bir Araştırma* (Doktora Tezi). Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pamukçu, A. ve Ögüz, A. A. (2014). Firma Değerlemesinde Entelektüel Sermayenin Yeri ve Önemi. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(42), 69-87.
- Pedro, E., Leitão, J. ve Alves, H. (2018). Intellectual Capital and Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 19(2), 407-452.
- Peker, A. A., Özdemir, Ş., Kerse, G. ve Arsu, T. (2016). Porter’ın Jenerik Rekabet Stratejileri ve Performans İlişkisi; Aksaray İli Organize Sanayi Bölgesi Örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(5), 11-22.
- Pelit, E., Keleş, Y. ve Çakır, M. (2009). Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(2), 19-30.
- Petty, R. ve Guthrie, J. (2000). Intellectual Capital Literature Review: Measurement, Reporting and Management. *Journal of Intellectual Capital*, 1(2), 155-176.
- Pienaar, J. J. (2019). *An Intellectual Capital-Based Mass Media Analysis Framework Designed for Reputational Capital Growth*. Johannesburg (South Africa): ProQuest Dissertations Publishing.

- Pomeroy, A. ve Dolnicar, S. (2009). Assessing the Prerequisite of Successful CSR Implementation: Are Consumers Aware of CSR Initiatives? *Journal of Business Ethics*, 85, 285-301. doi:10.1007/s10551-008-9729-9
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 78-93.
- Preston, L. ve O'Bannon, D. (1997). The Corporate Social-Financial Performance Relationship: A Typology and Analysis. *Business ve Society*, 36(4), 419-429.
- Pulaj, E., Kume, V. ve Cipi, A. (2015). The Impact of Generic Competitive Strategies on Organizational Performance. The Evidence from Albanian Context. *European Scientific Journal*, 11(28), 273-284.
- Pulic, A. (2006). *Basic information on VAIC™*. 19.02.2021 tarihinde karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/akuntansi/article/downloadSuppFile/3141/432 adresinden alındı.
- Razafindrambinina, D. ve Kariodimedjo, D. (2011). Is Company Intellectual Capital Linked to Corporate Social Responsibility Disclosure? Findings from Indonesia. *Communications of the IBIMA*, 1-11.
- Reed, K., Lubatkin, M. ve Srinivasan, N. (2009). Proposing and Testing an Intellectual Capital-Based View of the Firm. *Journal of Management Studies*, 43, 867-893.
- Riahi-Belkaoui, A. (2003). Intellectual Capital and Firm Performance of US Multinational Firms: A Study of the Resource-Based and Stakeholder Views. *Journal of Intellectual Capital*, 4(2), 215-226. doi:10.1108/14691930310472839
- Roberts, P. ve Amit, R. (2003). The Dynamics of Innovative Activity and Competitive Advantage: The Case of Australian Retail Banking, 1981 to 1995. *Organization Science*, 14(2), 107-122.
- Rodriguez-Fernandez, M. (2016). Social Responsibility and Financial Performance: The Role of Good Corporate Governance. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(2), 137-151. doi:10.1016/j.brq.2015.08.001
- Roos, J. (1998). Exploring the Concept of Intellectual Capital (IC). *Long Range Planning*, 13(1), 150-153.
- Rumelt, R. P. (2003, 08 05). *What in the World is Competitive Advantage?* 03.03.2021 tarihinde [http://nts2.ximb.ac.in/users/fac/Amar/AmarNayak.nsf/dd5cab6801f1723585256474005327c8/0dbebe68d654f43e652578bc003d582a/\\$FILE/What%20is%20C%20A.pdf](http://nts2.ximb.ac.in/users/fac/Amar/AmarNayak.nsf/dd5cab6801f1723585256474005327c8/0dbebe68d654f43e652578bc003d582a/$FILE/What%20is%20C%20A.pdf) adresinden alındı.
- Russell, S. ve Millar, H. (2014). Exploring the Relationships among Sustainable Manufacturing Practices, Business Performance and Competitive Advantage: Perspectives from a Developing Economy. *Journal of Management and Sustainability*, 4(3), 37-53. doi:10.5539/jms.v4n3p37
- Saeed, F. M. (2015). *The Libyan Fisheries Sector: A Critical Application of Porter's Diamond Model*. Sheffield: ProQuest LLC.

- Saeidi, S., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. ve Saaeidi, S. (2015). How Does Corporate Social Responsibility Contribute to Firm Financial Performance? The Mediating Role of Competitive Advantage, Reputation and Customer Satisfaction. *Journal of Business Research*, 68(2), 341-350. doi:10.1016/j.jbusres.2014.06.024
- Sagara, Y. ve Chairunissa, C. (2018). The Effect of the Intellectual Capital Measurement, the Corporate Social Responsibility Disclosure and the Firm's Capital Structure on the Financial Performance. *International Conference on Islamic Finance, Economics and Business* (2018), 167-182.
- 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), 1-16. doi:10.5578/jeas.7004
- Sakshi, A. (2015). <https://www.economicsdiscussion.net/>. 19.02.2021 tarihinde <https://www.economicsdiscussion.net/human-resource-management/hr-accounting/31699> adresinden alındı.
- Saleh, M., Zulkifli, N. ve Muhamad, R. (2011). Looking for Evidence of The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance in An Emerging Market. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 3(2), 165-190. doi:10.1108/17574321111169849
- Salehi, M., Enayati, G. ve Javadi, P. (2014). The Relationship Between Intellectual Capital with Economic Value Added and Financial Performance. *Iranian Journal of Management Studies*, 7(2), 259-283. doi:10.22059/ijms.2014.36618
- Sánchez-Torné, I., Morán-Alvarez, J. ve Pérez-López, J. (2020). The importance of corporate social responsibility in achieving high corporate reputation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2692-2700. doi:10.1002/csr.1993
- Sandhu, H. ve Kapoor, S. (2005). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Exploring the Relationship. *Management and Labour Studies*, 30(3), 211-223. doi:10.1177/0258042X0503000301
- Santoso, E. (2011). *Intellectual Capital in Indonesia: The Influence on Financial Performance of Banking Industry*. Arizona: ProQuest LLC.
- Sardo, F. ve Serrasqueiro , Z. (2017). A European Empirical Study of The Relationship Between Firm's Intellectual Capital, Financial Performance and Market Value. *Journal of Intellectual Capital*, 18(4), 771-788. doi:10.1108/JIC-10-2016-0105
- Sariay, İ. ve Özulucan, A. (2019). Türkiye Muhasebe Standartları Açısından Entelektüel Sermayenin Finansal Tablolarda Sunulması. *Mali Çözüm*, 29(152), 13-61.
- Sarıgül, S. S. (2020). Entelektüel sermayenin ölçülmesi, finansal tablolara yansımaları ve raporlanmasına yönelik bir araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(2), 427-443.

- Savickaitė, Ž. (2014). The Evaluation of Company's İntangible Assets' İnfluence For Business Value. *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 7(3), 133-155. <http://hdl.handle.net/10419/114617> adresinden alındı.
- Schwartz, M. ve Carroll, A. (2003). Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503-530.
- Scott, G. (2020, 02 22). *Porter's 5 Forces*. <https://www.investopedia.com/https://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp> adresinden alındı.
- Seçer, İ. (2017). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review*, 17(3), 58-64.
- Shiu, H.-J. (2006). The Application of the Value Added Intellectual Coefficient to Measure Corporate Performance: Evidence from Technological Firms. *International Journal of Management*, 23(2), 356-365. <https://www.proquest.com/openview/edb7df6316052d570c97a9f4f9bee306/1?pq-origsite=gscholarvecbl=5703> adresinden alındı.
- Sigalas, C. ve Economou, V. (2013). Revisiting the Concept of Competitive Advantage: Problems and Fallacies Arising From İts Conceptualization. *Journal of Strategy and Management*, 6(1), 61-80. doi:10.1108/17554251311296567
- Sinha, N., Sachdeva, T. ve Yadav, M. (2018). Investigating Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance Using Structural Equation Modelling. *Management and Labour Studies*, 43(3), 175-191.
- Skarmas, D. ve Leonidou, C. (2013). When Consumers Doubt, Watch Out! The Role of CSR SR Scepticism. *Journal of Business Research*, 66(10), 1831-1838. doi:10.1016/j.jbusres.2013.02.004
- Smit, A. (2010). The Competitive Advantage of Nations: İs Porter's Diamond Framework a New Theory That Explains The İnternational Competitiveness of Countries? *Southern African Business Review*, 14(1), 105-130.
- Smith, T. B. (2011). *Organizational Configurations and Strategies Related to Financial Performance in Medical Group Practices: A Test of Porter's Generic Strategies*. Birmingham, Alabama: ProQuest LLC.
- Smriti, N. ve Das, N. (2018). The Impact of Intellectual Capital on Firm Performance: A Study of Indian Firms Listed in COSPI. *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), 935-964. doi:10.1108/JIC-11-2017-0156
- Soana, M.-G. (2011). The Relationship Between Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance in the Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 104(1), 133-148. doi:10.1007/s10551-011-0894-x
- Sönmez, R. ve Kasımoğlu, M. (2014). Sürdürülebilir Rekabet Avantajının Kaynağı: Endüstri Temelli Teori ve Kaynak Temelli Teori Çerçevesinde. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 13(25), 63-90.

- Stanwick , P. ve Stanwick, S. (1998). The Relationship Between Corporate Social Performance, and Organizational Size, Financial Performance and Environmental Performance: An Empirical Examination. *Journal of Business Ethics*, 17, 195-204. doi:10.1023/A:1005784421547
- Sulanjaku, M. (2014). The Contribution of Skandia Navigator in İntangibles Measurements An Albanian Case Approach. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(11), 1-10.
- Süslü, M. (2019). *Çevreye Duyarlı Stratejilerin İşletmelerin Rekabet Avantajına ve Finansal Performansına Etkisi: Türk Konaklama Sektörü Üzerine Bir Araştırma (Doktora tezi)*. İstanbul: Beykent Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sveiby, K. E. (1997). The İntangible Assets Monitor. *Journal of Human Resource Costing and Accounting*, 2(1), 73-97. <https://www.sveiby.com/files/pdf/the-intangible-assets-monitor.pdf> adresinden alındı.
- Sveiby, K.-E. (2001). A Knowledge-Based Theory of The Firm to Guide in Strategy Formulation. *Journal of Intellectual Capital*, 2(4), 344-358.
- Swart, J. (2006). Intellectual Capital: Disentangling An Enigmatic Concept. *Journal of Intellectual Capital*, 7(2), 136-159. doi:10.1108/14691930610661827
- Sweeney, L. (2009). *A Study of Current Practice of Corporate Social Responsibility (CSR) and an Examination of the Relationship Between CSR and Financial Performance Using Structural Equation Modelling (SEM) (Doctoral Thesis)*. Dublin: Dublin Institute of Technology.
- Şahin, C. (2011). *Sosyal ve Entellektüel Sermayenin İlköğretim ile Ortaöğretim Okullarında Kullanılma Düzeylerinin Okul Yöneticilerinin Görüşleri Doğrultusunda İncelenmesi (Doktora Tezi)*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Üniversitesi.
- Şahin, K., Başfıncı, Ç. ve Özsalih, A. (2011). The Impact of Board Composition on Corporate Financial and Social Responsibility Performance: Evidence From Public-Listed Companies in Turkey. *African Journal of Business Management*, 5(7), 2959-2978.
- Şenol, Z. ve Ulutaş, A. (2018). Muhasebe Temelli Performans Ölçümleri ile Piyasa Temelli Performans Ölçümlerinin CRITIC ve ARAS Yöntemleriyle Değerlendirilmesi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar* (641), 83-102. <https://www.ekonomikyorumlar.com.tr/files/articles/1541065591.pdf> adresinden alındı.
- Şimşek, N. (2013). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması ile Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul' da İşlem Gören Çimento Şirketleri Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tabachnick, B. ve Fidell, L. (2015). *Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı-Using Multivariate Statistics* (Cilt 6). (M. Baloğlu, B. Bıçak, B. Çetin, C. Erdem, G. Şekercioğlu, K. Kabasakal, . . . T. Totan, Çev.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Tan , H., Plowman , D. ve Hancock , P. (2008). The Evolving Research on Intellectual Capital. *Journal of Intellectual Capital*, 9(4), 585-608. doi:10.1108/14691930810913177
- Tanç, Ş. G. (2017). *Sürdürülebilirlik Raporları Kapsamında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Finansal Performans Üzerine Etkisi: BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü. <http://hdl.handle.net/20.500.11787/711> adresinden alındı.
- Tangen, S. (2004). Performance Measurement: From Philosophy to Practice. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53(8), 726-737.
- Tanwar, R. (2013). Porter's generic competitive strategies. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 15(1), 11-17.
- Tarcan, M. (2006). *Hastanelerde Finansal Performansı Etkileyen Etmenlerin Belirlenmesi: Sağlık Bakanlığı Hastanelerinde Çok Değişkenli Bir Analiz* (Doktora Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Tarka, P. (2018). An overview of structural equation modeling: its beginnings, historical development, usefulness and controversies in the social sciences. *Qual Quant*, 52, 313–354.
- Taşkın, D. (2015). The Relationship between CSR and Banks' Financial Performance: Evidence from Turkey. *Journal of Yaşar University*, 10(39), 21-30. doi:10.19168/jyu.97694
- Tekin , M., Öztürk , D. ve Sungur , K. P. (2020). Statü Tüketiminin Toplumsal Sosyal Kabul Üzerine Etkisi. *The Journal of International Scientific Researches*, 5(3), 267-274.
- Ting, I. ve Lean, H. (2009). Intellectual Capital Performance of Financial Institutions in Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*, 10(4), 588-599. doi:10.1108/14691930910996661
- Torlak, H. (2006). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Finansal Performans Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tovstiga, G. ve Tulugurova , E. (2007). Intellectual Capital Practices and Performance in Russian Enterprises. *Journal of Intellectual Capital*, 8(4), 695-707. doi:10.1108/14691930710830846
- Trebucq, S. ve D'Arcimoles, C.-H. (2002). The Corporate Social Performance-Financial Performance Link: Evidence from France. *Working Paper of Department of International Accounting University of Bordeaux*, 2(1), 1-20. <http://ssrn.com/abstract=306599>, (10.03.2013). adresinden alındı.
- Tsoutsoura, M. (2004). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance*. Berkeley, California, ABD: UC Berkeley: Center for Responsible Business. <https://escholarship.org/uc/item/111799p2> adresinden alındı.

- Tuan , N. ve Yoshi, T. (2010). Organisational Capabilities, Competitive Advantage and Performance in Supporting Industries in Vietnam. *Asian Academy of Management Journal*, 15(1), 1-21.
- Tunçer, A. ve Tarlacı, Ö. (2020). Entelektüel Sermaye ve İşletme Performansı İlişkisinde, Yenileşimi Destekleyen Örgüt İkliminin Rolü. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 156-180. <https://dergipark.org.tr/en/pub/usaksosbil/issue/55286/682942> adresinden alındı.
- Udriyah, U., Tham, J. ve Aza, S. (2019). The Effects of Market Orientation and Innovation on Competitive Advantage and Business Performance of Textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428. doi:10.5267/j.msl.2019.5.009
- Ulusoy, G. ve Özgür, A. (1997). *Rekabet stratejileri ve en iyi uygulamalar: Türk otomotiv sektörü*. İstanbul: Türk Sanayici ve İş Adamları Derneği (TÜSİAD). 02 23, 2021 tarihinde <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1833-tusiad-rekabet-stratejileri-dizisi-no--3---rekabet-stratejileri-ve-en-iyi-uygulamalar-turk-otomotiv-sektoru> adresinden alındı.
- Uwuigbe, U. ve Egbide, B.-C. (2012). Corporate Socaial Responsibility Disclosures in Nigeria: A Study of Listed Financial and Non-Financial Firms. *Journal of Management and Sustainability*, 2(1), 160-169. doi:10.5539/jms.v2n1p160
- Üstünel, M., Öncü, M., Şentürk, F. ve Mesci, M. (2017). Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Yönelik Algı İle İşletme Performansı Arasındaki İlişki: Düzce İlindeki Kobiler Üzerine Bir Araştırma. *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 5(2), 1-28. <https://dergipark.org.tr/en/pub/yorumyonetim/issue/32773/321581> adresinden alındı.
- Valor, C. (2005). Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability. *Business and Society Review*, 110(2), 191-212.
- Vargas-Hernandez, J. ve Noruzi, M. (2010). How İntellectual Capital and Learning. *International Journal of Business ve Management*, 5(4), 183-193.
- Varol, A. (2019). *Tüm Boyutlarıyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Cinius Yayınları.
- Vintila, G. ve Nenu, E. (2015). An Analysis of Determinants of Corporate Financial Performance: Evidence from the Bucharest Stock Exchange Listed Companies. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(3), 732-739.
- Wahba, H. (2008). Exploring the Moderating Effect of Financial Performance on the Relationship Corporate Environmental Responsibility and Instituonal Investors: Some Egyptian Evidence. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(6), 361-371.
- Wang, Z., Cai, S., Liang, H., Wang , N. ve Xiang, E. (2021). Intellectual Capital and Firm Performance: The Mediating Role of Innovation Speed and Quality. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(6), 1222-1250. doi:10.1080/09585192.2018.1511611

- Wartick, S. ve Cochran, P. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, 10(4), 758-770.
- Watkins, M. W. (2018). Exploratory Factor Analysis: A Guide to Best Practice. *Journal of Black Psychology*, 44(3), 219-246.
- Weber, W. ve Polo, E. (2010). Evolution of Generic Competitive Strategies and The Importance of Michael E. Porter. *REGE Revista de Gest3o*, 17(1), 99-117.
- Wickham, P. A. (2001). *Strategic Entrepreneurship: A Decision-Making Approach to New Venture Creation and Management* (2. Baskı). London: Financial Times/Prentice Hall.
- Wingard, H. ve Vorster, Q. (2001). Financial Performance of Environmentally Responsible South African Listed Companies. *Meditari Accountancy Research*, 9(1), 313-332. doi:10.1108/1022252920010017
- Wingwon, B. ve Piriyaikul, M. (2010). Antecedents of PLS Path Model for Competitive Advantage and Financial Performance of SMEs in Thailand. *African Journal of Marketing Management*, 2(6), 123-135.
- Wood, D. J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718. doi:10.5465/amr.1991.4279616
- Wood, D. J. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*, 51-84.
- Yanar, 3. (2012). *Entelekt3el Sermayenin 3l33lmesi ve Verimlilik 3zerine Etkisi* (Y3ksek lisans tezi). İstanbul: Maltepe 3niversitesi/Sosyal Bilimler Enstit3s3.
- Yasser, F., Khan, M. ve Hussain, T. (2015). Intellectual Capital and Financial Performance. *Islamic Banking and Finance Review*, 2(1), 59-75. doi:10.32350/ibfr.2015.02.05
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Fakt3r Analizi ve Ge3erlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Fakt3r Analizlerinin Kullanılması. *Istanbul University Journal of the School of Business*, 46(3zel Sayı), 74-85.
- Yazan, 3. (2015). *Muhasebe Bilgi Kalitesi A3ısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kazan3 Y3netimi ve Finansal Performans İlişkisi* (Doktora Tezi). Trabzon: Karadeniz Teknik 3niversitesi/Sosyal Bilimler Enstit3s3.
- Yazlıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Y3ntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeni3eri, 3. (2006). *Y3netimde Yeni Yaklaşımlar*. İstanbul: IQ Yayınları.
- Yıldırım, A. (2013). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk A3ıklamalarının Finansal Performans 3zerine Etkisi: BIST-30’da Bir Uygulama* (Y3ksek Lisans Tezi). Balıkesir 3niversitesi: Balıkesir 3niversitesi/Sosyal Bilimler Enstit3s3.
- Yıldırım, M. H. (2013). İşletmelerin İhracat Performanslarının Değerlendirilmesi: Aksaray, Konya ve Karamanda Bir Araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 376-386.

- Yıldız, B. (2013). *Sağlık İşletmelerinde Finansal Performansı Etkileyen Unsurlar ve Finansal Performansın Ölçülmesi: Hastanelerde Bir Uygulama* (Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, D. ve Genç, K. Y. (2020). *Entelektüel Sermaye, İnovasyon ve Rekabet Üstünlüğü*. Ankara: Astana Yayınları.
- Yıldız, D. ve Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi* (1), 14-28.
- Yıldız, E. (2020). *Smartpls İle Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, S. (2011). Entelektüel Sermayenin İşletme Performansına Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 11-28.
- Yılmaz, İ. (2011). *Corporate Social Responsibility Disclosures as an Indicator of Social Performance and Its Relation With Financial Performance* (Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Yılmaz, İ. ve Acar, G. (2018). The Effects of Intellectual Capital on Financial Performance and Market Value: Evidence from Turkey. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 11(21), 117-133. doi:10.17015/ejbe.2018.021.07.
- Yılmaz, V. ve Dalbudak, Z. (2018). Aracı Değişken Etkisinin İncelenmesi: Yüksek Hızlı Tren İşletmeciliği Üzerine Bir Uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 517-534.
- Yinusa, K. W. (2018). *Impact of Intellectual Capital on Performance of Deposit Money Banks in Nigeria* (Master Thesis). ProQuest LLC.
- Yorulmaz, M. ve Alkan, G. (2018). Deniz Ulaştırma İşletmelerinde Entelektüel Sermaye ve Örgüt Performansı Arasındaki İlişkide Yenilikçiliğin Rolü. *Business And Economics Research Journal*, 9(3), 631-650. doi:10.20409/berj.2018.128
- Yusoff, W. ve Adamu, M. (2016). The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Evidence from Malaysia. *International Business Management*, 10(4), 345-351.
- Zerenler, M., Hasiloglu, S. ve Sezgin, M. (2008). Intellectual Capital and Innovation Performance: Empirical Evidence in The Turkish Automotive Supplier. *Journal of Technology Management ve Innovation*, 3(4), 31-40.
- Zor, İ. ve Cengiz, S. (2013). Entelektüel Sermaye ile Firma Değeri Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 37-56. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ckuiibfd/issue/32891/365376> adresinden alındı.
- Zorlu, K. ve Korkmaz, F. (2020). Sürdürülebilir Liderlik Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. *Akademik Bakış*, 13(26), 199-213.

EKLER

ANKET

Bu anket, Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Finansal Performans Üzerindeki Etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca Entelektüel Sermaye ile Rekabet Avantajının bu iki değişken arasındaki aracı rolünün araştırılması hedeflenmektedir. Çalışmada elde edilecek veriler ve sonuçlar sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak ve vereceğiniz cevaplar kesinlikle üçüncü kişi, kurum ve kuruluşlarla paylaşılmayacaktır. Çalışmada elde edilecek veriler Doktora Tezi kapsamında değerlendirilecektir. Bu nedenle ankette yer alan sorulara verilecek cevapların içtenliği ve eksiksiz olması tezin amacını ve başarısı için son derece önemlidir. Araştırmaya göstereceğiniz ilgi, ayıracağınız değerli zaman ve katkılarınız için şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dilerim.

Yasin KILIÇLI

YYÜ Sosyal Bil. Ens. Doktora Öğrencisi

DEMOGRAFİK BİLGİLER

Cinsiyetiniz: ☐ Kadın ☐ Erkek

Yaşınız:

Eğitim Durumunuz: ☐ Ön Lisans ☐ Lisans ☐ Lisansüstü

Bulunduğunuz kurumdaki hizmet süreniz?

Çalıştığınız Kurum?

KATILIM DERECEYİ						
1-Kesinlikle Katılmıyorum		2-Katılmıyorum	3-Kararsızım	4- Katılıyorum	5- Kesinlikle Katılıyorum	
						Katılım Düzeyi
						1 2 3 4 5
Çevre	Şirketimiz, çevre kirliliğinin azaltılmasına yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.					
	Şirketimiz, enerji tasarrufuna yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır.					
	Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik geri dönüşüm ve atık yönetimi gibi uygulamalarda bulunmaktadır.					
	Şirketimiz çevrenin korunmasına yönelik çevre dostu ambalajlar ve konteynerler gibi ürünleri tercih etmektedir.					
	Şirketimiz, çevrenin korunması ve iyileştirilmesi kapsamında ISO sertifikası gibi belgelendirme faaliyetlerinde bulunmaktadır.					
Müşteri	Şirketimiz, müşterilerine karşı açık, tutarlı ve doğru bilgi sağlama konusunda faaliyetlerde bulunmaktadır.					
	Şirketimiz, müşterilerine yönelik kalite güvence kriterlerini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.					
	Şirketimiz, müşterilerine değer veren faaliyet ve uygulamalarda bulunmaktadır.					
	Şirketimiz, müşteri şikâyetlerini zamanında çözecek faaliyetlerde bulunmaktadır.					
Çalışan	Şirketimiz, çalışanların sağlığına ve güvenliğine yönelik tedbirlerde bulunmaktadır.					

	Şirketimiz, çalışanlar arasında iş/yaşam dengesini sağlayacak faaliyetlerde bulunmaktadır.					
	Şirketimiz, çalışanların gerçek beceriler kazanmaya ve uzun vadeli kariyer geliştirmelerine yönelik teşvik edici faaliyetlerde bulunmaktadır.					
	Şirketimiz, çalışanların yararına çeşitli etkinliklerde ve faaliyetlerde bulunmaktadır.					
Toplum	Şirketimiz, yerel topluluklar ile işbirliği içinde olan şirketlerin işe alım ve satın alma politikalarını desteklemektedir.					
	Şirketimiz, yerel bir toplulukla birlikte bir projeye veya projelere katılım sağlamak ve desteklemektedir.					
	Şirketimiz, çalışanların toplum yararına yönelik faaliyetlere şirket adına gönüllü olarak katılım sağlayabilmeleri için teşvik edici uygulamalarda bulunmaktadır.					
	Şirketimiz, hayır kurum veya kurumlarına bağışta bulunmaktadır.					
Beşeri Sermaye	Şirket çalışanları, görevlerini tatmin edici bir şekilde yerine getirirken yeterli ve uygun bir deneyime sahiptir.					
	Şirket çalışanları, kendi çıkarları ile şirket çıkarlarını eşit düzeyde tutar.					
	Şirket çalışanları, şirketteki iş süreçlerine veya faaliyetlere ilişkin yeni bilgi ve fikir önerilerinde bulunmaları için teşvik edilir.					
	Şirket çalışanları, işlerinde yetenekli ve yeterlidir.					
Yapısal Sermaye	Şirketimiz, şirket hedeflerine yönelik ortak değerler ve inançlar sistemine sahiptir.					
	Şirketimiz, iyi belgelenmiş sistemlere ve prosedürlere sahiptir.					
	Şirketimiz, çeşitli patentlere, lisanslara ve telif haklarına sahiptir.					
	Şirketimiz iletişim, koordinasyon ve bilgi dağıtımını için BİT'leri kullanmaktadır (BİT: Bulut Bilgi Teknolojileri).					
İlişkisel Sermaye	Şirketimiz, piyasa ihtiyaçları ve eğilimleri hakkında değerli ve faydalı bilgilerin çoğunu müşterilerimizin portföyünden elde etmektedir.					
	Şirketimiz, toplum refahına katkı sağlayacak sosyal yardım faaliyetlerine aktif olarak katılmakta ve düzenlemektedir.					
	Şirketimiz, ürün ve hizmet kalitesini geliştirmek ve iyileştirmek için tedarikçilerle ortak çalışır.					
	Şirketimiz, tedarikçilerimizle ilişkiler kurarak üretim süreçlerini geliştirmektedir.					
Rekabet Avantajı	Şirketimiz, ihtiyaç duyduğu kaynaklara rekabetçi fiyatlarla erişim sağlamaktadır.					
	Şirketimiz, son yıllarda pazar payını artırmayı başarmıştır.					
	Şirketimiz, müşteri zihninde iyi bir imaja sahiptir.					
	Şirketimiz, piyasada bulunan en iyi yetenekleri çekebilmektedir (cezbetmektedir).					
Finansal Performans	Kurumsal sosyal sorumluluğun finansal sonuçları uzun vadede yaşanmaktadır.					
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, şirketin kâr marjındaki değişimi etkilemektedir.					
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, şirketin satış gelirlerindeki değişimi etkilemektedir.					
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sonucunda oluşan kâr marjındaki değişimden memnunuz.					
	Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sonucunda oluşan satış gelirlerindeki değişimden memnunuz.					

Ankete katılım sağladığınız için teşekkür ederim...

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Yasin KILIÇLI

Uyruğu : T. C.

Doğum Tarihi :

Doğum Yeri :

Telefon :

E-Posta :

ORCID :

Eğitim

Derece

Eğitim Birimi

Mezuniyet Tarihi

Lise

Van, Cumhuriyet Lisesi

2004

Lisans

Bursa Uludağ Üniversitesi, İİBF

2010

Yüksek Lisans

Yüzüncü Yıl Üniversitesi, SBE

2016

Doktora

Yüzüncü Yıl Üniversitesi, SBE

2021

İş Deneyimi

Yıl

Yer

Görev

2011-2012

Ünseli Belediyesi

Mali Hizmetler Uzman V.

2012-Devam

Van YYÜ BAP Koordinasyon Birimi

Dış Kaynaklı Projeler

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

* Stok Yönetiminin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi: Borsa İstanbul Üzerine Bir İnceleme(makale) - Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.

* Dış Sağlığı Hizmetlerinde Kalite: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Dış Hekimliği Hastanesi Üzerine Bir Araştırma(makale) - Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.

* KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri: Van Organize Sanayi Bölgesi Üzerine Bir İnceleme(makale) - Vankulu Sosyal Araştırmalar Dergisi.

Hobiler

Masa tenisi, Yüzme, Seyahat.

TEZ ORJİNALLİK RAPORU



VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

LİSANSÜSTÜ TEZ ORJİNALLİK RAPORU

09/11/2021

Tezin Konusu:

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Finansal Performans Üzerindeki Etkisi: Entelektüel Sermaye ile Rekabet Avantajının Aracılık Rolü.

Yukarıda başlığı/konusu belirlenen tez çalışmamın Kapak sayfası, Giriş, Ana bölümler ve Sonuç bölümlerinden oluşan toplam 313 sayfalık kısmına ilişkin, 09/11/2021 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan orijinalite raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %9 (yüzde dokuz) dur.

Uygulanan Filtreler Aşağıda Verilmiştir:

- Kabul ve onay sayfası hariç,
- Teşekkür hariç,
- İçindekiler hariç,
- Simge ve kısaltmalar hariç,
- Gereç ve yöntemler hariç,
- Kaynakça hariç,
- Alıntılar hariç,
- Tezden çıkan yayınlar hariç,
- 7 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 7 words)

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Lisansüstü Tez Orijinalite Raporu Alınması ve Kullanılmasına İlişkin Yönergeyi inceledim ve bu yönergede belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içemediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

09/11/2021
Yasin KILIÇLI

Adı Soyadı : Yasin KILIÇLI
Öğrenci No : 179213175
Anabilim Dalı : İşletme
Programı : Doktora

DANIŞMAN

Prof. Dr. Mehmet AYGÜN
...../11/2021

ENSTİTÜ ONAYI

U Y G U N D U R
...../...../2021
Prof. Dr. Bekir KOÇLAR
Enstitü Müdürü