

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI



KATILIM VE KONVANSİYONEL BANKALARIN
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAKIMINDAN
KARŞILAŞTIRILMASI

DOKTORA TEZİ

HACER KARAKAŞ İŞCAN

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Ferudun KAYA

BOLU, ARALIK - 2024

KABUL VE ONAY SAYFASI

Hacer KARAKAŞ İŞCAN tarafından hazırlanan “**KATILIM VE KONVANSİYONEL BANKALARIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRILMASI**” adlı tez çalışması jürimiz tarafından Bankacılık ve Finans Anabilim Dalı’nda Katılım Bankacılığı Doktora Tezi olarak oy birliği/oy çokluğuyla kabul edilmiştir. 06/12/2024

Jüri Üyeleri

İmza

Danışman
Prof. Dr. Ferudun KAYA
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye
Prof. Dr. Ahmet Emre BİBER
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye
Doç. Dr. Mustafa CANBAZ
Afyonkarahisar Sağlık Bilimleri
Üniversitesi

.....

Üye
Dr. Öğr. Üyesi Nusret DEDE
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye
Dr. Öğr. Üyesi Fatih AKBAŞ
Ordu Üniversitesi

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim 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.

Teze ilişkin Turnitin adlı programında enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %30'u geçmemektedir.

.....
HACER KARAKAŞ İŞCAN

ÖZET

KATILIM VE KONVANSİYONEL BANKALARIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRILMASI

DOKTORA TEZİ

HACER KARAKAŞ İŞCAN

BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI

(TEZ DANIŞMANI: PROF. DR. FERUDUN KAYA)

BOLU, ARALIK - 2024

XII + 94 SAYFA

İşletmelerin faaliyetlerini kurumsal sosyal sorumluluk bilinci içerisinde yürütmesi işletmelerin farklılaşmaları için önemli bir ölçüt haline gelmiştir. Bu çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının Türkiye’deki mevcut durumu ve bankaların yapmış oldukları çalışmalar incelenerek elde edilen veriler ışığında karşılaştırma yapılması ve kurumsal sosyal sorumluluk düzeylerinin bankacılık performansı üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada konvansiyonel bankalar ve katılım bankaları ele alınmıştır. Seçilen bankaların bağımlı ve bağımsız değişkenlerindeki değerler faaliyet raporlarından ve Türkiye Bankalar Birliğinden elde edilerek Panel veri analizi yardımıyla sonuçlandırılmaya çalışılmıştır. Bankacılık sektöründe sosyal sorumluluk göstergeleri ile performans göstergeleri arasındaki ilişkiyi istatistiksel olarak açıklayabilmek için üç model oluşturulmuştur. Bankacılık performansı ile sosyal sorumluluk göstergelerine ilişkin değişkenlerin logaritması alınarak analizlere dahil edilmiştir. Bankacılık sektöründe sosyal sorumluluk göstergeleri ile bankaların performans göstergeleri arasındaki ilişkinin pozitif olduğu görülmüştür. Konvansiyonel bankalar ve katılım bankaları için sosyal sorumluluk göstergeleri bakımından bankalar içi kırılmalılığın bankalar arasındaki kırılmalılıktan daha yüksek olduğu görülmüştür. Konvansiyonel ve katılım bankalarının sosyal sorumluluk uygulamalarının performansları üzerindeki etkilerini göstermek için oluşturulan Model 1, Model 2 ve Model 3 için Delta homojenlik testi uygulanmıştır. Testte sıfır hipotezi, eğim katsayılarının tümünün yatay kesit birimler karşısında aynı olduklarını, alternatif hipotezin ise eğim katsayılarının yatay kesit birimlere göre farklılaştıklarını varsaymıştır. Homojenlik test sonuçlarına göre, sosyal sorumluluk uygulamalarının konvansiyonel ve katılım bankalarının performansını gösterebilmek için oluşturulan modellerin %5 önem düzeyinde eğim katsayılarının tümünün yatay kesit birimler karşısında aynı olduklarını ifade eden sıfır hipotezinin reddedilemediği görülmektedir. Bu bulgu, tüm modellerde eğim katsayılarının homojen olduklarını söylemektedir.

ANAHTAR KELİMELER: Katılım Bankaları, Konvansiyonel Bankalar, Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk

ABSTRACT

A COMPARISON OF PARTICIPATION AND CONVENTIONAL BANKS IN TERMS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

PH. D. THESIS

HACER KARAKAŞ İŞCAN

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY

INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

DEPARTMENT OF BANKING AND FINANCE

(THESIS SUPERVISOR: PROF. DR. FERUDUN KAYA)

BOLU, DECEMBER 2024

XII + 94 PAGES

Conducting its activities with awareness of corporate social responsibility has become an important measure that differentiates a business from others. The present study aimed to determine the current state of the concept of corporate social responsibility in Türkiye and to compare banks in terms of the corporate social responsibility activities they have done so far, and to determine how their levels of corporate social responsibility were related to their banking performance. The study sample was comprised of conventional and participation banks. The data related to the dependent and the independent variables in the study was obtained from the selected banks' policy statements and the Banks Association of Türkiye and analysed through the methodology of panel data analysis. A total of three models were created to statistically explain the relationship between the indicators of social responsibility in the banking sector and indicators of performance. The logarithms of the variables of indicators of banking performance and those of social responsibility were included in the analyses, which indicated a positive significant relationship between the two variables. Fragility in terms of the indicators of social responsibility was significantly greater within individual banks than inter-bank fragility. The Delta homogeneity test was conducted on the Model 1, Model 2, and Model 3 created to determine how conventional and participation banks' social responsibility activities influenced their performance. The null hypothesis in the test assumed that all slope coefficients would be the same against cross-sectional units, while the alternative hypothesis assumed there would be differences in slope coefficients. The homogeneity test results indicated that the null hypothesis, which suggested that all of the slope coefficients of the three models that were created to determine the effects of the social responsibility activities on conventional and participation banks' performance would be the same against cross-sectional units, could not be rejected, which points to the fact that the slope coefficients were homogenous in all three models.

KEYWORDS: Participation Banks, Conventional Banks, Social Responsibility, Corporate Social Responsibility

İÇİNDEKİLER

Sayfa

KABUL VE ONAY SAYFASI	ii
ETİK BEYAN.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
TABLO LİSTESİ	x
KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ	xi
TEŞEKKÜR	xii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
1. BANKACILIK KAVRAMI VE GELİŞİM SÜRECİ	3
1.1 Bankacılık Kavramı	3
1.2 Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	3
1.3 Türkiye’de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	4
1.3.1 Osmanlı Döneminde Bankacılık	4
1.3.2 Cumhuriyet Dönemi ve Sonrası Bankacılık.....	6
1.4 Banka Türleri	8
1.4.1 Yasal Niteliklerine Göre Bankalar	8
1.4.1.1 Özel Yasalarla Kurulan Bankalar	8
1.4.1.2 Şahıs Şirketi Şeklinde Kurulan Bankalar.....	8
1.4.1.3 Sermaye Şirketi Şeklinde Kurulan Bankalar	8
1.4.2 Mülkiyet Yapılarına Göre Bankalar.....	9
1.4.2.1 Özel Bankalar.....	9
1.4.2.2 Kamu Bankaları	9
1.4.2.3 Karma Bankalar	9
1.4.2.4 Yabancı Bankalar.....	9
1.4.3 Örgütlenme Alanlarına Göre Bankalar	9
1.4.3.1 Yerel Bankalar	9
1.4.3.2 Bölgesel Bankalar	9
1.4.3.3 Ulusal Bankalar.....	9
1.4.3.4 Uluslararası Bankalar.....	9
1.4.3.5 Kıyı Bankaları (Off-Shore).....	9
1.4.4 Faaliyet Konularına Göre Bankalar	10
1.4.4.1 Tek Amaçlı Bankalar (Toptancı Bankalar).....	10
1.4.4.2 Çok Amaçlı Bankalar (Perakendeci Bankalar)	10
1.4.5 Ekonomik Faaliyetlerine Göre Bankalar	10
1.4.5.1 Tarım Bankaları	10
1.4.5.2 Maden Bankaları.....	10
1.4.5.3 Halk Bankaları	10

1.4.5.4 Ticaret Bankaları.....	10
1.4.5.5 Yatırım Bankaları.....	10
1.4.5.6 Kalkınma Bankaları	10
1.4.5.7 Katılım Bankaları.....	11
1.4.5.8 Merkez Bankası	11
1.4.5.9 İpotek ve Emlak Bankaları.....	11
1.4.5.10 İnternet Bankacılığı.....	11
1.4.5.11 Holding Bankacılığı.....	11
1.5 Katılım Bankacılığı ve Tarihsel Gelişimi	11
1.5.1 Katılım Bankacılığı Kavramı	11
1.5.2 Dünya’da Katılım Bankacılığının Tarihsel Gelişimi	12
1.5.3 Türkiye’de Katılım Bankacılığının Tarihsel Gelişimi	13
İKİNCİ BÖLÜM	16
2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK	16
2.1 Sorumluluk Kavramı	16
2.2 Sosyal Sorumluluk Kavramı	16
2.3 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı	18
2.4 Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlgili Kavramlar	20
2.4.1 Sosyal Pazarlama	20
2.4.2 İş Etiği	21
2.4.3 Sürdürülebilir Kalkınma	21
2.4.4 Kurumsal Vatandaşlık.....	22
2.4.5 Sponsorluk	23
2.4.6 Kurumsal Sosyal Duyarlılık.....	24
2.4.7 Kurumsal Hesap Verme Sorumluluğu	24
2.4.8 Kurumsal Sosyal Raporlama.....	25
2.5 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi	25
2.6 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Türkiye’deki Gelişimi	28
2.7 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Faktörler	29
2.7.1 Ekonomik Faktörler	29
2.7.2 Politik Faktörler	30
2.7.3 Sosyal Faktörler	30
2.8 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Boyutları	31
2.8.1 Ekonomik Sorumluluk	31
2.8.2 Ahlaki Sorumluluk.....	32
2.8.3 Hukuki Sorumluluk.....	32
2.8.4 Gönüllü Sorumluluk.....	33
2.9 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları	34
2.9.1 Ekolojik Çevreye Karşı Sorumluluk	34
2.9.2 Sosyal Çevreye Karşı Sorumluluk	35
2.9.3 Hissedarlara Karşı Sorumluluk	36
2.9.4 Çalışanlara Karşı Sorumluluk	37
2.9.5 Müşterilere Karşı Sorumluluk.....	37
2.9.6 Rakiplere Karşı Sorumluluk.....	38
2.9.7 Tedarikçilere Karşı Sorumluluk.....	38
2.9.8 Devlete Karşı Sorumluluk.....	39
2.10 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları	39
2.10.1 Klasik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı	39
2.10.2 Modern Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı	40
2.11 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri	41

2.11.1 Davis ve Blomstorm'un Üç Çember Modeli	41
2.11.2 Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli	42
2.11.3 Sosyal Performans Modeli	43
2.11.4 Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli	44
2.11.5 Philip Kotler'in 6 Seçenek Modeli	45
2.12 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulama Yöntemleri	46
2.12.1 Sivil Toplum Kuruluşu ile Ortaklık	46
2.12.2 Doğrudan Amaca Yönelme.....	47
2.12.3 Karma Yöntem.....	47
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	49
3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN BANKALARIN	
PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ANALİZİ	49
3.1 Veri Seti ve Model.....	49
3.2 Metodoloji.....	53
3.2.1 Kısa T Dinamik Panel Veri Modelleri (Short T Dynamic Panel Data Models).....	53
3.2.1.1 Geleneksel Tahmincilerin Uyumsuzluğu.....	55
3.2.1.2 Enstrumental Değişkenler ve Genelleştirilmiş Momentler Metodu (GMM)	56
3.2.1.2.1 Anerdon ve Hsiao	56
3.2.1.2.2 Arellano ve Bond.....	57
3.2.1.2.3 Ahn ve Schmidt	60
3.2.1.2.4 Arellano ve Bover.....	60
3.2.1.2.5 Blundell ve Bond	62
3.2.1.3 En Çok Olabilirlik Tahmini	63
3.2.2 Varsayımdan Sapmalar ve Karşılaşılan Problemler	65
3.2.2.1 Değişen Varyans Problemi	65
3.2.2.2 Otokorelasyon Problemi	65
3.2.2.3 İçsellik ve Zayıf Araçlar Problemi.....	65
3.2.3 Dinamik Panel Veri Modellerinde Testler	66
3.2.3.1 İçsellik Testleri.....	66
3.2.3.2 Aşırı Tanımlama Kısıtlarının Testleri.....	67
3.2.3.3 Otokorelasyon Testi	68
3.3 Birim Kök Test Sonuçları	69
3.4 Model Spesifikasyon Sonuçları	72
3.5 Model Tahmin Sonuçları	76
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	82
KAYNAKLAR	90

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 2.1: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Üç Boyutu	20
Şekil 2.2: İşletme Sürdürülebilirliği ve Sosyal Sorumluluk İlişkisi	22
Şekil 2.3: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi	31
Şekil 2.4: Sosyal Sorumluluk Alanlarını Etkileyen Faktörler	34
Şekil 2.5: Davis ve Blomstrom'un “3 Çember Modeli”	42
Şekil 3.1: Sosyal Sorumluluk Düzeyi Göstergeleri ile Bankacılık Sektörü Performansına İlişkin Dağılım Grafikleri	51



TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo 3.1: Değişkenlere İlişkin Açıklamalar	50
Tablo 3.2: Tanımlayıcı İstatistikler	52
Tablo 3.3: Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları	70
Tablo 3.4: Pesaran Birim Kök Test Sonuçları.....	72
Tablo 3.5: Delta Homojenlik Test Sonuçları	73
Tablo 3.6: F Testi ve Breusch-Pagan LM Testi Sonuçları.....	75
Tablo 3.7: Frees Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları	76
Tablo 3.8: Arellano ve Bover/Blundell ve Bond İki Aşamalı Sistem Genelleştirilmiş Momentler Tahmincisi Sonuçları: Bankacılık Sektörü	76
Tablo 3.9: Arellano ve Bover/Blundell ve Bond İki Aşamalı Sistem Genelleştirilmiş Momentler Tahmincisi Sonuçları: Mevduat ve Katılım Bankaları Karşılaştırması	79
Tablo 3.10: Sosyal Sorumluluk Göstergelerinin Banka Performansı Üzerindeki Etkilerine İlişkin Banka Bazında Sonuçlar.....	80

KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
DESİYAB	: Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
İnterbank	: Bankalararası Para Piyasası
TKBB	: Türkiye Katılım Bankaları Birliği
KSS	: Kurumsal Sosyal Sorumluluk
KZOB	: Kar Zarar Ortaklığı Belgesi
ÖFK	: Özel Finans Kurumları
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
TBB	: Türkiye Bankalar Birliği
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TEB	: Türkiye Ekonomi Bankası
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

TEŞEKKÜR

Tez çalışmasının her aşamasında bilgi ve deneyimi ile bana yol gösteren, hiçbir konuda destek ve yardımlarını benden esirgemeyen danışman hocam Prof. Dr. Ferudun KAYA'ya teşekkürü bir borç bilirim.

Tez izleme komitesinde yer alan ve görüş ve desteklerini esirgemeyen değerli hocalarım Prof. Dr. Ahmet Emre BİBER ve Dr. Öğr. Üyesi Nusret DEDE'ye çok teşekkür ederim.

Ayrıca bu süreç içerisinde sevgisini ve desteğini her zaman hissettiğim ve daima yanımda olan anneannem Fatma KAHRIMAN'a, eşim İlyas İŞCAN'a, kızım Berra Duru İŞCAN ve sevgili anne babama bana duydukları sonsuz güven ve sevgi için ayrıca teşekkür ederim.

GİRİŞ

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal sorumlulukla ilgili faaliyetlere verdikleri önem giderek artmaktadır. İşletmeler, finansal verileri raporlarken sosyal sorumluluk ile ilgili uygulamaların raporlanmasına da önem vermektedirler. Ekonomik sürdürülebilirlik ile sosyal uygulamalar yakın ilişki içerisindedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları işletmeler açısından çok büyük önem taşımaktadır. Tüketiciler daha bilinçli hale gelerek, almış oldukları ürün ve hizmetlerden edindikleri faydalar dışında aldıkları ürün ve hizmetin üretilip sunulmasındaki aşamalarında şimdiki nesil ve gelecekteki nesillere olan fayda ve zararlarını da göz önünde bulundurmaktadır. Böylelikle işletmelere çok fazla sorumluluk yüklenmektedir. İşletmeler üretmiş oldukları mal ve hizmetin yanında toplum için üstlenmiş oldukları sosyal sorumluluklar ile de göz önünde bulunmaktadırlar. Tüketicilerin ürünleri tercih etme sebeplerinde sosyal sorumluluk projeleri de önemli hale gelmiştir. İşletmelerin sürdürülebilirliklerini devam ettirebilmeleri için sosyal sorumlulukla ilgili konularda faaliyette bulunmaya önem vermeleri gerekir.

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri tüketicilerin seçiminde önemli belirleyicilerdir. Faaliyetlerin tüketicilere ve yatırımcılara daha güvenilir bir şekilde sunulması gerekmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlanıp hazırlanması ile KSS faaliyetleri daha güvenilir olarak topluma, paydaşlara ve dünya şirketlerinin sunumuna çıkarılması sağlanmaktadır. Finansal raporlarda güvenilirlik ne kadar önemliyse sosyal faaliyet raporlarında da aynı şekilde önemlidir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili bankacılık alanında yapılmış olan akademik çalışmalar sınırlı sayıdadır. Bu çalışmada, katılım bankaları ve konvansiyonel bankaların kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili çalışmaları üzerinde durularak bazı veriler ele alınmış ve panel veri analizi yardımıyla karşılaştırması yapılmıştır. Çalışma üç bölümde incelenmiştir.

Birinci bölümde bankacılık ve katılım bankacılığının tanımı, kuruluşu ve tarihsel gelişimlerinden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde sorumluluk, sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının tanımından bahsedilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluğun kavramları, gelişimi, faktörleri, alanları, boyutları, modelleri, yaklaşımları ve yöntemlerinden bahsedilmiştir.

Üçüncü bölümde ise katılım bankaları ile konvansiyonel bankalar arasından seçilen bazı bankalara yer verilmiştir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler kullanılarak panel veri analizi yardımıyla karşılaştırma yapılmıştır.

Sonuç kısmında ise elde edilen sonuca göre hipotezin doğruluğu test edilerek genel bir sonuca varılmak istenmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. BANKACILIK KAVRAMI VE GELİŞİM SÜRECİ

1.1 Bankacılık Kavramı

Banka, kelime olarak tezgâh, masa veya sıra anlamlarına gelen İtalyanca bir kelime olan banco kelimesinden gelmektedir. Eski zamanlardan günümüze kadar bankalar birçok değişikliğe uğramıştır. Birçok yazar banka kavramını değişik şekillerde tanımlamıştır (Takan, 2001: 2).

Bankaların kurulmasında temel amaç ise farklı türden altın paralar ve gümüş paraların Avrupa’da yayılması ve yayılan bu paraların değerlerini saptamadaki zorlukların uluslararası ticareti olumsuz yönde etkilemiş olması ve uluslararası ödemelerinde düzene koyulmak istenmesi olarak bilinir (Bilir, 2010: 79).

Banka kavramı yüzyıllardır değişikliğe uğramıştır. Banka kavramını birçok yazar değişik şekillerde tanımlamıştır. Banka, topladığı mevduatları en verimli halde kredilerde kullanan ve asıl konusu kredi almak ve kredi vermek olan kuruluşlara verilen isimdir (Kaya, 2014: 3).

1.2 Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Benzer kelimelerle tanımlanan banka sözcüğünü hemen hemen her dilde sıra, masa anlamına gelen ‘banco’ kökünden geldiği bilinmektedir. Bankerlerin ilki sayılan Lombardinyalı Yahudiler, bankacılık ile ilgili işlemlerini yaparken Pazar yerlerine birer masa yani banco koyarak üzerlerinde işlemlerini gerçekleştirirlerdi. Eğer banker taahhüdünü yerine getirmezse ve iflas ederse de o zaman halk bankere saldırıp masasını kırardı. Bu sebepten dolayı batı dilinde iflas edenlere banco kelimesinden gelen ‘bankrupt’ denilmiştir (Parasız, 2000: 5).

Sümerliler zamanında M.Ö. 3500 yılında, Uruk (Ourouk) sitesi çevresinde kurulmuş olan maketler (mabetler) ilk banka olarak bilinmektedir. Aralarında en eski bilinen ise “Kızıl Tapınak” olarak bilinen makettir (Yardımcıoğlu, 2007: 153).

Yapılan kazılarda, Maket ’in rahiplerinin çiftçilere harman zamanı ödemek üzere kredi açtıkları tespit edilmiştir. Elde edilen belgelere göre, maketlerin uğraş alanı olarak ödünç verme ve mevduat kabul etme işlemlerinin olduğu ve maketlerde yapılan değişim işlemlerinin çok düzenli olarak gerçekleştiği ortaya

çıkılmıştır. Diğer yandan transfer, teslim emri, tediye gibi işlemlerin yapıldığı da ortaya konulmuştur (Parasız, 2000: 5-6).

Bankacılığın önemi Babil İmparatorluğu zamanında (M.Ö. 2067-2025) daha çok artmıştır. Tarihte bankacılık ile ilgili oluşan ilk yazılı eserler bu döneme rastlar. Birkaç nüshan şeklinde tabletlere yazılan yasaların, biri arşive, biri mabete diğerleri ilgililere verilirdi. Hammurabi yasaları, bankalarda yapılan işlemlerin nasıl yürütüleceğini, borcun vadesi geldiğinde nasıl tahsil edileceği, borçlu olan kişilerin hangi mallarını borcuna teminat olarak verebileceğini belirtmekteydi. Kefaret karşılığı borç verme ve arazi ipoteği işlemlerine bu tarihlerde rastlanmaktadır (Aydemir, 2004: 3).

Banka işlemleri ile uğraşan kurumların Eski Yunan, Roma ve Eski Mısır'da var olduğu bilinmektedir. Yunan mabetlerinden bazılarının, vatandaşın veya devletten alınmış olan ve faiz olarak verilmeyen emanetlerden, dinsel mülkiyet ile gelen bağış ve gelirlerden oluşan sermayeleri bulunmaktaydı. Dünya ticaret ve politikasının Roma'ya kayması ile Roma bankerlerinin işleri de genişlemiştir. Bankerlik şubelere ayrılmıştır. Banka işlemleri ile ilgili birçok hukuki içtihat oluşturulmuştur. Roma İmparatorluğu'nun yıkılmasına kadar süreç bu şekilde devam etmiştir. Roma İmparatorluğu'nun yıkılması ile batıda bankacılıkla ilgili yaşanan gelişmelerde son bulmuştur. Ortaçağ Avrupa'sında yaşanan politik istikrarsızlık, kilisenin bankalara karşı tutum alması bankacılığın gelişmesini engellemiştir.

1453 senesinde İstanbul'un fethedilmesi ve bunun sebep olduğu Rönesans hareketi ve yeni kıtaların keşfedilmesiyle ticaretin genişlemesi ve okyanuslara kayması batı ülkelerinde o tarihe kadar geçerliliğini koruyan Kilise hukukunun yerini Roma Hukuku'na bırakmasına neden olmuştur. Kilise hukukunun değişmesiyle faize olan bakışta değişmiştir. Yasal bulunmayan faiz artık kabul edilmeye başlamıştır. Yaşanan bu gelişmeler bankacılığın gelişmesine katkı sağlamıştır (Ustaoglu, 2014: 3).

1.3 Türkiye'de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de bankacılığı tarihsel gelişim açısından incelediğimizde 2 döneme ayırırız. Bunlar Osmanlı dönemi ile Cumhuriyet dönemi ve sonrasıdır.

1.3.1 Osmanlı Döneminde Bankacılık

Osmanlı zamanında bankacılığın kurumsallaşması 19.yy da gerçekleşse de daha önceki zamanlarda da bankacılık dışında kendine has finansal yapı vardı.

Kredi ihtiyacı olan kişilerin kredi ihtiyacını gidermek için dört farklı kurum bulunmaktaydı. Bunlardan ilki para değıştirme, teminat mektubu verme, borç senetlerini iskonto ettirme ve borç verme görevi olan çoğunlukla gayrimüslimlerin kurduğu hazine ile tescilli sarraflar bulunmaktaydı. İkincisi mudarabadır. Mudaraba, emek-sermaye ortaklığı ile işletme kurma amacı güder. Üçüncüsü orta sandıklarıdır. Orta sandıkları, esnaf grupları tarafından işletilen sigorta işlemleri ya da kredi faaliyetlerini yürütmekteydi. Esnaf lar krediye ihtiyaç duyduklarında bu sandıklardan borç para alırlardı. Bu sistem 1909 yılına kadar devam etmiştir. Bankacılık dışındaki Osmanlının dördüncü finansal sistemi ise para vakıflarıdır. Vakıflar çoğunlukla düşük faizli kredi sağlamaktaydı. Bu vakıfların kuruluş amacı dara düşen Osmanlı esnafının yüksek faiz ile kredi veren tefecilere karşı korumaktı. Osmanlı devletinde 1456-1551 yıllarında 1161 tane para vakfı olduğu bilinmektedir (Erdem, 2010: 290-291).

Osmanlı Devleti zamanında ilk kâğıt para 1840 senesinde bütçe açığını kapatabilmek için çıkartılmıştır. O dönemlerde devamlı açık veren Osmanlı Hazinesi'nin kaynak ihtiyacını gidermek için Kaime ismindeki paranın miktarı kısa süre içerisinde büyük oranda arttırılmıştır. Kaimelerin dış ticaret açığı vermesinin de etkisiyle yabancı paralar karşısındaki değeri birkaç yıl içerisinde ciddi oranda azalarak ithalatın finansmanı için dış piyasadan kaynak bulması güçleşmiştir. Osmanlı Hükümeti bu durumun yaşanmasıyla kaimelerin dış değerini koruyabilmek için 1845'te Galata Bankerleri arasında ileri gelenlerden iki tanesiyle anlaşma yapmıştır. Osmanlı ithalatın finansmanını sabit döviz kuru üzerinden bankerler tarafından dış mali piyasalara yazılan poliçeler ile finanse etmek uygulamasını başlatmıştır. Bankerler hükümetten 1847 yılında aynı görevi yerine getirmeleri için bir banka kurmalarının kabulünü istemişlerdir. Hükümet bu isteğı kabul etmiş ve İstanbul Bankası kurulmuştur (TBB, 2008: 1).

Osmanlı Devleti zamanında 1839 Tanzimat dönemine kadar bankacılık ile ilgili faaliyetlere rastlanmamaktadır. Gerçek manada ilk banka ise Tanzimat'ın ilan edilmesinden sonra 1847 yılında kurulmuş olan İstanbul Bankası'dır. İstanbul Bankası faaliyetine 1852 yılına kadar devam etmiştir. Cumhuriyet döneminden önceki bankalar daha çok yabancı sermaye ya da yabancı iştiraklerle kurulan ve yabancı şirketleri finanse etmek maksadıyla kurulan bankalardır. Osmanlı döneminde kurulan Osmanlı Bankası yabancı bankalar arasında en önemli olanıdır (Parasız, 1997: 92-93).

Osmanlı dönemi zamanında yalnızca 2 milli banka kurulmuştur. Bunlardan biri Mithat Paşa'nın 1868 yılında kurmuş olduğu Emniyet Sandığıdır. Emniyet Sandığı batı ülkelerinde görülen tasarruf sandıklarına benzemektedir. 1864 yılında Ziraat Bankasına katılana kadar faaliyetini devam ettirmiştir. Diğer kurulan banka ise Ziraat Bankası'dır. 1868 yılında Mithat Paşa'nın kurmuş olduğu "Memleket Sandıkları ve Menafi Sandıkları"nın yerine 1888'de Ziraat Bankası kurulmuştur. 1916 senesinde hazırlanan kanun ile Ziraat Bankası bir devlet bankası halini almıştır (Güler, 2001: 10).

İkinci Meşrutiyetin ilanı edildiği 1908 yılı ile 1923 yılları arasında 24 milli banka kurulmuştur. Bunlardan 13'ü Anadolu'da, 11'i İstanbul'da bulunmaktaydı. Bu bankalardan 14 tanesi Cumhuriyet döneminde faaliyetine devam etmiştir. Diğerleri ise kapanmışlardır. Faaliyetini günümüze kadar sürdürebilmeyi başarmış iki bankadan Milli Aydın Bankası A.Ş. yani diğer ismiyle Tarihbank 2002 yılında Denizbank'a devredilmiştir. Türk Ticaret Bankası A.Ş. tasfiye sürecine girmiş ve daha sonra 20.11.2021 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan BDDK kararı ile tekrar faaliyet izni verilmiştir. 27 Nisan 2023'te Türkiye İhracatçılar Meclisine ait olan İhracatı Geliştirme A.Ş.'ye satılmıştır (Atmaca, 2013: 15).

1.3.2 Cumhuriyet Dönemi ve Sonrası Bankacılık

Cumhuriyet'in ilan edildiği 1923 yılında, Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik zorlukları da dikkat alarak dönem hükümetleri bu sistemin değişmesi için yoğun bir çaba içerisinde girmişlerdir. Ekonomik kalkınmanın hızlandırılabilmesi için bankacılık sektörünün önemli olduğu bilinci içerisinde ulusal bankacılığın geliştirilebilmesi için girişimlerde bulunulmuştur (Babuşçu, 2001: 2).

Osmanlı Devleti'nin yıkılıştan sonra kurulan Türkiye Cumhuriyeti devraldıkları ekonomik yapı itibariyle çoğunlukla tarıma dayalıydı ve ekonomisi yıpranmış durumdaydı. Bu sebepten kuruluş zamanlarındaki ekonomi politikaları, ekonomik ve sosyal yapının değiştirilmesine yönelikti. Cumhuriyet Dönemi'nde gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi'nde ekonominin alacağı yön ve durum görüşülmüştür. 1923'de gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi çiftçi, sanayici, işçi ve tüccar kesimin delegelerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Kongrede ulusal bankacılığın kurulması ve geliştirilmesinin gerekli olduğu katılımcıların tümü tarafından dile getirilmiştir (Coşkun, 2012: 5).

I. İzmir İktisat Kongresi'nde alınmış olan kararlar doğrultusunda devletçilik politikası ülkeye egemen olmuştur. Ekonomide sektörleri finanse etmek ve desteklemek için 1924'te Türkiye İş Bankası, 1925'te Sınai ve Maadin Bankası ve 1927'de Emlak ve Eytem Bankası kurulmuştur. Türkiye İş Bankası çalışmalarını ticari krediler üzerine, Sınai ve Maadin Bankası endüstri krediler üzerine ve Emlak ve Eytem Bankası konut kredileri üzerine yapmayı öngörmüşlerdir. 1930 yılına gelindiğinde Merkez Bankası ve altı devlet bankası daha kurulmuştur (Bakdur, 2003: 11).

Özel bankacılık sektörünün gelişme gösterdiği sıralarda 2.Dünya Savaşı başlamış ve bankacılık sektörünün ilerlemesinde sorun oluşturmuştur. Türkiye bu savaşa girmemesine rağmen savunma giderlerini artırmasından dolayı bankalarında iç ve dış borçlanmasının artmasına neden olmuştur. 2.Dünya Savaşı'nı izleyen yıllarda ticari faaliyetler artmış ve bankalara olan ihtiyaçta artmıştır. Böylelikle özel bankacılık sektöründe gelişme yaşanmıştır. Bunun sonucu olarak 1944'de Yapı Kredi Bankası kurulmuştur. 1950 yıllarında devletin özel sektörü teşvik etme politikaları uygulanmaya başlanmıştır ve bankacılık sektöründe ilerlemeler görülmüştür. Fakat dışa kapalı ekonomiden dolayı ve ekonomide tam bir serbestleşme olmaması gibi nedenlerden sektörde istenilen gelişme sağlanamamıştır (Ustaoğlu, 2014: 9).

1960-1980 döneminde özel sektör ve kamu iktisadi girişimleri aracılığı ile 1963 yılında uygulanmaya başlanan kalkınma planlarına geçilmiştir. Planlar ithal edilecek sanayi mallarının ülke içinde üretilmesini hedefleyen sanayileşme politikası olarak izlenmiştir (TBB, 2008: 11).

1960'lı yıllar devletin bankacılık sektörü üzerinde daha fazla etkili olduğu yıllardır. Planlı dönem denilen bu dönem mevduat ve kredilere uygulanan faiz oranları, banka komisyon oranları, kredi limitleri gibi birçok uygulama ithal ikame politikaları çerçevesinde devlet kontrolünde gerçekleşmiştir. Bu nedenle 1960 yıllarının başında birçok banka faaliyetini sonlandırmıştır. 1970 yıllarına baktığımızda ise ekonomide yaşanan durgunluk, ödemeler dengesinde yaşanan dengesizlik yeni bir sanayi stratejisini belirleme ihtiyacını doğurmuştur. 1980 yılından sonra ithal ikameci politikalar bırakılarak dış piyasaya açık ve piyasa ekonomisine dayalı kalkınma politikası benimsenmiştir (Ustaoğlu, 2014: 9).

1980 - 1990 yılları arasında bankacılık alanında yapısal olarak radikal değişikliklere gidilmiştir. Bu dönem içerisinde 1 Temmuz 1980 tarihinde faiz

oranları serbest bırakılmıştır. Faiz oranlarının serbest olması ile faiz oranlarında hızla yükselme gözlenmiştir. Bunun devamında sermaye piyasası yasası çıkarılmıştır. İnterbank (bankalar arası piyasa) kurulmuş ve kısa vadeli fonların gereksiniminin giderilmesi sağlanmıştır. Bankalar daha etkin bir şekilde çalışmaya başlamıştır (Akcan, 2012: 14).

1990 ve 2000 yılları arasına baktığımızda ise yaşanan önemli gelişme olarak 5 Nisan 1994 tarihinde alınan kararları görmekteyiz. Krizlerin daha sık yaşandığı ve mevduat sahibi kişilerin yaşadığı güvensizliğin söz konusu olduğu bu dönemde alınan kararların en önemli olanlarından birisi 5 Mayıs 1994'ten itibaren bankaların tasarruf mevduatı hesaplarına verdiği %100 garanti uygulamasının gelmesidir. Alınan bu karar 1997 yılına kadar bankacılık sektöründe bir rahatlama sağlamıştır. 1998, 2000 ve 2001 yıllarında meydana gelen krizlerle bankalar kapatılmış ve kredi hacimleri gerilemiştir (Selçuk ve Kozanoğlu 2007: 229). Bankacılık sektöründe yaşanan krizler sebebiyle 1999 yılında 6 banka, 2000'de 4 banka, 2001'de 8 bankaya el konulmuştur ve bu krizlerden dolayı sıkıntı çeken Pamukbank 2004'te Halkbank'a devredilmiştir (Akcan, 2012: 15). 17 Aralık 2004 tarihinde Avrupa Birliği müzakerelerine bağlanması kararının açıklanması fonların yurtdışından Türkiye'ye gelmelerine yardımcı olmuştur. Finansal piyasalar da bu durumdan olumlu etkilenmiştir. 2005 yılında yabancı sermayeli bankalarda artış görülmüştür (Apak, 2006: 28).

1.4 Banka Türleri

Banka türleri aşağıdaki şekilde yer almaktadır (Doğan, 2014: 71-87);

1.4.1 Yasal Niteliklerine Göre Bankalar

Yasal nitelikleri bakımından bankalar kendi içinde üçe ayrılır.

1.4.1.1 Özel Yasalarla Kurulan Bankalar

Özel yasalarla kurulmuş olan ve kuruluşundaki asıl hedefe göre faaliyet gösteren bankalardır.

1.4.1.2 Şahıs Şirketi Şeklinde Kurulan Bankalar

Günümüzde bununla ilgili örnek bulunmamaktadır. XIX. Yüzyıl Avrupa'sında varlıklı ailelerin kurduğu bankalardır.

1.4.1.3 Sermaye Şirketi Şeklinde Kurulan Bankalar

Anonim, limited ve sermayesi paylara bölünmüş olan komandit ortaklık olarak kurulmuş olan bankalardır.

1.4.2 Mülkiyet Yapılarına Göre Bankalar

Bankalardaki sermayenin kaynağına göre yapılan sınıflandırmadır.

1.4.2.1 Özel Bankalar

Özel kişi ve kuruluşlara ait olan bankalardır. Daha çok ticaret, mevduat ve yatırım bankacılığı olarak kurulur.

1.4.2.2 Kamu Bankaları

Sermayelerinin hepsi kamuya veya diğer kamu tüzel kişilerine ait olan bankalardır.

1.4.2.3 Karma Bankalar

Sermayelerini gerçek ve tüzel kişiler ile kamu kurumlarının karşıladığı bankalardır.

1.4.2.4 Yabancı Bankalar

Sermayeleri yabancılara ait olan bankalardır.

1.4.3 Örgütlenme Alanlarına Göre Bankalar

Kuruluş yerine ve faaliyette bulunduğu alana göre sınıflandırma yapılmasıdır.

1.4.3.1 Yerel Bankalar

Sadece bir il ve ilçe merkezinde faaliyette bulunan bankalardır. Birden fazla şubeyle aynı yörede faaliyet gösterebilirler.

1.4.3.2 Bölgesel Bankalar

Bir ülkenin belirli bir bölgesinde faaliyetlerini yürüten bankalardır.

1.4.3.3 Ulusal Bankalar

Ülkenin her yerinde faaliyet gösteren bankalardır.

1.4.3.4 Uluslararası Bankalar

Faaliyetlerini uluslararası finans merkezlerinde gerçekleştiren bankalardır. Dünyada çok yaygın şube ağı bulunmaktadır. İşlem hacmi olarak yabancı ve yerli müşterilere perakendeci ya da toptancı bankacılık hizmetleri sunan bankalardır.

1.4.3.5 Kıyı Bankaları (Off-Shore)

Anlam olarak kıyı ötesi manasına gelen off-shore bankacılık literatürümüzde kıyı bankacılığı olarak adlandırılır. Ülke dışından sağlanan fonların, o ülkenin dışında kullanılmasını amaçlamaktadır. Daha çok serbest bölgelerde faaliyette bulunur ve yabancı paralarla çalışırlar.

1.4.4 Faaliyet Konularına Göre Bankalar

Ekonomik alanlarına ve yönelmek istedikleri müşteri kitlesine göre bankaların sınıflandırılmasıdır.

1.4.4.1 Tek Amaçlı Bankalar (Toptancı Bankalar)

Müşterilerden gelen meblağı yüksek kredi talebini karşılayabilmek için farklı firmalardan ve uluslararası sermaye ve para piyasalarından meblağı yüksek fon sağlayan geniş iş alanlarına sahip, müşterilerle yakın ilişki içerisinde olan, kararlarını hızlı alıp uygulayan, az sayıda şube ve uzmanlarla çalışan bankacılık sistemidir.

1.4.4.2 Çok Amaçlı Bankalar (Perakendeci Bankalar)

Her çeşit bankacılık hizmetini görebilecek şekilde örgütlenen bankalardır.

1.4.5 Ekonomik Faaliyetlerine Göre Bankalar

Bankaların verdiği ekonomik hizmetin özellikleri göz önünde bulundurularak sınıflandırma yapılmasıdır.

1.4.5.1 Tarım Bankaları

Tarımın desteklenmesi, tarım sektöründeki sorunlara çözümler aranması ve tarımsal yapıya uygun finansman kurumlarının oluşturulması için kurulan bankalardır.

1.4.5.2 Maden Bankaları

Ülke içerisinde bulunan doğal kaynakların araştırılıp işletilmesi için maden sektörüne gereken finansmanı sağlayan bankalardır.

1.4.5.3 Halk Bankaları

Esnaf ve zanaatkarların kredi ihtiyaçlarını giderebilmek için kurulan özel yapılı bankalardır.

1.4.5.4 Ticaret Bankaları

Topladıkları mevduatı ticaret ve sanayi kesimine kredi olarak kullanarak finansman ihtiyacını karşılayan bankalardır.

1.4.5.5 Yatırım Bankaları

Mevduat toplama yetkisi bulunmayan, şube ağının büyük olmaması sebebiyle bankacılık hizmeti ürünlerinin tamamını sunamayan ve ticaret bankalarına göre ticari faaliyetlerini sınırlı olarak gerçekleştirebilen bankalardır.

1.4.5.6 Kalkınma Bankaları

Devlet tarafından hazırlanan kalkınma planları çerçevesinde, kalkınmada öncelikli sektör ve yörelere yönelik finansman sağlamak için kurulan bankalardır.

1.4.5.7 Katılım Bankaları

Faiz yerine, kar ve zarara katılma esasına göre fon toplayan ve doğrudan nakit kullandırmak yerine ticaret ve ortaklık esasına göre fon kullandıran bankacılık türlerinden biridir.

1.4.5.8 Merkez Bankası

Merkez Bankası, ülkede yer alan bankacılık sistemi ve parasal yapının düzenleyicisidir. Fiyat istikrarını sağlayabilmek için uygulayacağı para politikasını ve kullanacağı para politikası araçlarını kendisi belirlemektedir. Devletin istihdam ve büyüme politikalarını destekler.

1.4.5.9 İpotek ve Emlak Bankaları

Taşınmaz malların ipoteği karşılığında genel olarak orta ve uzun vadeli kredi veren kurumlardır. Emlak bankaları daha çok devlet eliyle ve özel yasalarla kurulurlar.

1.4.5.10 İnternet Bankacılığı

İnternet üzerinden bankacılık işlemlerinin yapılmasıdır.

1.4.5.11 Holding Bankacılığı

Bir bankanın doğrudan ya da dolaylı olarak, bir veya birden fazla bankayı yönetmesidir. Diğer bir tanımla, bir bankanın denetimi ve yönetiminin holdinge bağlı olmasıdır (Altan, 2001: 60).

1.5 Katılım Bankacılığı ve Tarihsel Gelişimi

1.5.1 Katılım Bankacılığı Kavramı

Katılım bankacılığı kavramı, faizsizlik esasına göre çalışan ve faizsizlik esaslarına göre her çeşit bankacılık işlemini gerçekleştiren bankadır. Kar ve zarara katılma esasına göre fon toplayarak, finansal kiralama, ticaret ve ortaklık yöntemi ile fon kullandıran bankacılık modelidir (Doğan, 2013: 3).

Dünyada faizsiz bankacılığın yaygınlaşmasının önemli nedenlerinden biri dini kaygılardan dolayı insanların tasarruflarını bankacılık sistemine dahil etmek istememeleridir. Âtıl durumda olan fonları sisteme dahil etmek amacıyla kurulmuşlardır. Diğer İslam ülkelerinde ve Türkiye’de süreç aynı şekilde yaşanır. İslami esaslara dayalı olarak faizsiz bankalar da aynı amaçlarla kurulmuşlardır (Akhan, 2010: 15).

Dünya literatürüne göre İslami bankacılık ‘İslam’ın koymuş olduğu ve onayladığı prensipler içerisinde bankacılık ve yatırım faaliyetlerini sürdürebilmek amacıyla kurulmuşlardır’ olarak tanımlanmaktadır. Bu bankaların tüm

faaliyetlerini İslami esaslara uygun yürütmeleri gerekir. Faizsiz bankacılık bu sebepten İslami bankacılıktan ayrılmaktadır. Yapılan herhangi bir işlemin faizsiz olması İslami esaslara uygun olduğu manasına gelmemektedir. İslami bankadan bahsedebilmek için ülkenin ekonomik yapısının tamamen uygun olması gerekir (Doğan, 2013: 3-4).

1.5.2 Dünya’da Katılım Bankacılığının Tarihsel Gelişimi

Dünyada ilk faizsiz bankacılık uygulamaları milattan öncesine kadar uzanmaktadır. İslami bankacılık uygulamaları ise İslamiyet’in doğuşundan sonra gündeme gelmiştir. Dünyada bilinen ilk faizsiz bankacılık uygulaması M.Ö. 2123-2081 yılları arasında Babil’de hâkimiyet gösteren Hammurabi zamanına kadar uzanmaktadır (Tabakoğlu, 2006: 249).

Eski Babil dönemindeki banka mabetlerinde faizsiz yatırımda ilk örneklerle büyük miktarda yer verildiği görülür. Bankacılık hizmetleri sonraki yüzyıllarda, mabetlerin tekelinden çıkarak ticaretle uğraşan zengin Yahudi ailelerin bazılarının eline geçmiştir ve bu aileler arasında en meşhur olanları Egibi ve Murahsu aileleridir. Bu aileler M.Ö. 500-465 yıllarında Fırat kıyılarında yaşamışlardır. Yahudi aileler çevresindeki halka faizsiz kredi vererek halkın banka ihtiyacını gidermişlerdir. Milattan sonra 1118’de Hristiyan hacıların can ve mal güvenliğini sağlamak için tesis edilen ve Temple mezhebine mensup “Templier”ler, yapılan bağışlar sayesinde servet ve nüfuz sahibi olmuştur. Bu gizli kuruluşun Avrupa’da 1000’den fazla şubesi olmuştur ve ticari ve askeri amaç için faizsiz kredi vermişlerdir. P.Michelve Milan tarafından 1462’de Perouse’de kurulan bu ünlü kredi kuruluşu Mondöpiyete’ler ilk zamanlar faizsiz borç vermişler (ikrazatta bulunmak) ve sonradan kötü idare edilme ve masrafların ağır olmasından dolayı faizliye dönmüşlerdir (Karakoç, 2011: 19).

İslam ekonomisi tabiri ilk olarak 1945 sonrasında çıkmıştır. Hindistan’da bağımsızlık hareketleri sonucunda bağımsızlığını kazanan Müslüman Hint aydınlar yeni bir sistem oluşturmurlarken İslam’dan da nasıl yararlanacaklarını düşünmeye başlamışlardır ve bununla ilgili de çalışmalarda bulunmuşlardır (Polat, 2009: 83).

Faizsiz finansman kurumlarının ortaya çıkmasına dair ilk söylemler 1942’li yıllara kadar dayanmaktadır. Modern anlamda ilk çalışma ise 1963’te Mısırın Mit Gamr kasabasının kırsal kesimlerinde faaliyet gösteren üreticileri; aracı ve tefeci gibi durumlardan kurtarmak için A.M. Neccar tarafından

gerçekleştirilmiştir. II. Dünya savaşı sonrasında Alman toplumunun hızlı bir şekilde kalkınmasında Alman tasarruf bankaları tarafından gösterilen katkıları gören Neccar, bankacılık faaliyetlerini İslam iktisadı ve coğrafyanın gerekli kültürel değerleri ile birleştirmiş ve Mısır’da uygulamaya koymuştur. İlk zamanlar Almanya A.M. Neccar’ı desteklemiştir. Sonrasında uygulamak istediği sistemi yani faizsiz bankacılık sistemini anlamışlar ve desteklerini de kesmişlerdir. Almanya’nın desteğini kesmesi ile faizsiz bankacılık ile ilgili denemeler dört yıl kadar sürmüş ve 1967’de çalışmalar sona ermiştir. Yapılan bu ilk çalışmalarla faizsiz bankacılık sistemi ile alakalı yapılan diğer çalışmaların önü açılmış ve farklı faizsiz bankaların kurulması için yol gösterici olmuştur (Ece, 2011: 3).

İnsanlar faizden kaçtıkları ve haram saydıkları için yastık altında tutarak ekonomiye dahil etmedikleri tasarruflarını katılım bankaları sayesinde değerlendirme imkânı bulmuşlardır. Aynı zamanda petrol fiyatlarındaki hızlı artış sebebiyle körfez ülkelerinde birikip trilyon dolarları bulan Petro-Dolarların çoğunluğunun batı ülkelerinde faizsiz bankacılık yapan kurumlarda değerlendirilmiş olması bu bankaların hızla büyümesini sağlamıştır. Katılım bankalarına gösterilen ilgi giderek büyüyerek batılı bankalarında ilgi göstermelerini sağlamıştır. Çeşitli ülkelere katılım bankası ve benzer kuruluşların açılmasına neden olmuştur (Doğan, 2013: 6).

1.5.3 Türkiye’de Katılım Bankacılığı Tarihsel Gelişimi

İslam dinine göre faizin yasak olması İslami hassasiyeti olan kesimlerin faizden uzak durmasına neden olmuştur. Klasik banka dışında başka alternatif bankaların olmaması bu kesimlerin tasarruflarını altın, döviz ve gayrimenkul gibi üretime katkı sağlamayan banka dışı yollara kaymasına neden olmuştur. Bu durumu giderebilmek için ise faizsizlik esasına dayalı olarak, halkın elindeki tasarrufları atıl durumdan kurtararak ekonomiye dâhil etmek için finansal kurumlar kurulmaya başlanmıştır (Bulut, 2009: 18).

Türkiye 1980’li yıllara kadar ithal ikameci büyüme politikaları izlemiştir. Dünyaya açılmak ve ihracatla büyüme stratejilerini bu tarihten sonra benimsemiştir. Dünyadaki yenilikler finans alanında da ülkemize kazandırılmaya çalışılmıştır. Sermaye Piyasası Kanunu 28.7.1981 tarihinde ve 2499 sayılı kanunla kabul edilmiştir. 1983 senesinde İstanbul Menkul Kıymetler Borsası kurulmuştur. Böylece sermaye piyasası araçlarının tamamı birer birer uygulamaya konulmuştur. T.C. Merkez Bankası bünyesinde para piyasası kurulmuştur.

İnterbank piyasası, dövizdeki liberalizasyon ile beraber döviz büfeleri, leasing ve factoring şirketleri sermaye piyasası aracı kurumları gibi birçok yeni kurumda mali sisteme dahil olmuştur. Yaşanan döviz krizi ile yabancı sermayeye olan ihtiyaçtan ve tıkanan ekonominin devam edebilmesi için yabancı bankaların kuruluşuna izin verilmiştir. Türkiye’de 13 yabancı banka şube açmıştır. Bu dönem dışı açılma olarak anılmış ve dünyada 1970’li yıllardan beri uygulanan faizsiz bankacılık uygulamaları hız kazanmıştır. Böylelikle Türkiye’de faizsiz bankacılığa geçişte ciddi adımlar atılmıştır. Türkiye 1975’de İslami Kalkınma Bankasının kurucu üyeleri arasındayken, 1984’te de en büyük ortaklarından biri haline gelmiştir. Türkiye’de tasarruf sahibi kişilerin tasarruflarını faizsiz sisteme göre değerlendirmek isteyenler için küçük ve orta büyüklükteki işletmelere hizmet vermesi için 1975’te DESİYAB (Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası) kurulmuştur. DESİYAB 3 yıl boyunca faizsiz yürütülmüştür ve 1978’de faizli sisteme geçmiştir. Türkiye’de faizsiz finansman ile ilgili yapılan önemli bir adım ise “Kar/Zarar Ortaklığı Belgesi” (KZOB)’dır. 1981’de Maliye Bakanlığı’nın tebliği ile adı “Kara İştirakli Tahvil” olarak değişmiştir (Kaya, 2017: 37).

1970’li yıllardan bu yana İslam ülkelerinde yeni bir model olarak başarılı bir şekilde uygulanan faizsiz bankacılık uygulaması Başbakan Bülent Ulusu zamanında Türkiye’nin gündemine gelmiştir. Turgut Özal başbakanlığı zamanında hazırlanarak Kenan Evren’in Cumhurbaşkanı olduğu dönemde onayının alınmasıyla yasal hale gelmiştir (Darcın, 2007: 49).

Özel Finans Kurumları hukuki statüsünü 1985 senesinde tamamlamıştır. 1999 ve 2001 yılında hukuki statüde birtakım değişikliğe gidilmiştir. En son 2005 yılında hazırlanan yasa tasarısı 5411 sayılı Bankacılık Kanunu olarak 19 Ekim 2005’te kabul edilmiş ve 1 Kasım 2005 tarihli 25983 sayılı resmî gazetede yayınlanmıştır. 5411 sayılı Bankacılık Kanunu 1 Ocak 2006 tarihinden itibaren geçerli olarak yürürlüğe girmiştir (Özulucan ve Özdemir, 2010: 15-16). Çıkarılan bu kanun ile ÖFK’nın ismi “Katılım Bankası” olarak değiştirilmiştir. Katılım Bankalarındaki tasarrufların 50.000 TL’ye kadar ki kısmını güvence altına alan ‘güvence fonu’ Katılım bankaları birliği bünyesinden TMSF’ ye aktarılmıştır. Faaliyetlerine son verilen Katılım Bankalarının da TMSF’ ye devri gerçekleşecektir. Tasfiye süreci bu kurum ile yönetilecektir (Doğan, 2013: 8).

Banka kavramından bahsedilirken ‘konvansiyonel ve katılım bankaları ile yatırım ve kalkınma bankaları’ şeklinde açıklanarak, kurumların özelliklerini net

olarak ortaya koyan Kanun'da, Katılım bankaları, 'özel cari hesaplar ve katılma hesapları yolu ile fon toplamak ve kredi kullanırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurtdışında kurulu bu özellikteki kuruluşların Türkiye'deki şubeleri' şeklinde tanımlanmaktadır (TKBB, 2005: 38).

5411 Sayılı Bankacılık Kanunu'nda katılım bankaları (Doğan, 2013: 8-9);

- Bankalar Kanunu'na uygun şekilde faaliyet göstermektedirler.
- BDDK'nın kontrolünde ve denetimindedirler.
- Katılım hesapları ve cari hesaplar TMSF'nin güvencesi altındadır.
- Katılım Bankaları Birliği ile sektörel açıdan beraberlik sağlanmaktadır.
- Sistemin çalışma prensipleri fon yatırımlar için güvence oluşturmaktadır.

Toplanan fonların tamamı tabana yayılı risk mantığıyla yatırıma dönüşmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

2.1 Sorumluluk Kavramı

Sorumluluk kavramı, kişinin davranışları veya yetki alanındaki bir olayda sonuçları üstlenmesi, mesuliyet anlamına gelmektedir. Bireylerin her biri içinde bulunduğu toplumda bazı haklar kazanıp sorumluluklar üstlenmektedir. Bireylerin, içerisinde bulunduğu topluma, ülkeye hatta dünyaya karşı sorumlulukları vardır. Bireylerin oluşturduğu her grubun birleşme amaçları içerisinde farklı sorumlulukları bulunur. Bireyler gibi kurumlarında içinde bulunduğu topluma, ülkeye ve uluslararası çevrelere karşı ekonomik ve sosyal sorumlulukları vardır (Coşkun, 2010: 41).

2.2 Sosyal Sorumluluk Kavramı

Sosyal sorumluluk kavramıyla ilgili çeşitli tanımlar yapılmaktadır. Kavram olarak sorumluluk, literatürde “belirlenen görevi yerine getirebilmek için o işi yapmakla sorumlu yöneticinin uyması gereken kurallar bütünüdür” şeklinde tanımlanmaktadır (Özüpek, 2005: 9).

Sosyal sorumluluk, bir kuruma ait kaynakların toplum yararına kullanılmasıdır (Grigsby ve Stahl, 1997: 4). En geniş tanımıyla, “kurumun iş ahlakına, ekonomik ve yasal koşullara, kurum içi ve çevresinde bulunan kişilerin ve kurumların beklentilerine uyan bir çalışma politikası ve stratejisi gütmesidir” (Eren, 2000: 99).

Sosyal sorumluluk ile ilgili uygulamalar, kurumların yürüttüğü ve benimsediği toplumun refahını iyileştirme ve çevreyi koruma, sosyal konuları destekleyen isteğe bağlı iş uygulamaları ve yatırımlarıdır. Toplum kavramı çerçevesinde kurum çalışanları, dağıtıcıları, tedarikçileri, kâr amacı gütmeyenler ve kamu sektörü ortakları yanında toplumun genel üyelerini de kapsamaktadır. Sosyal sorumluluk uygulamaları sağlık, refah ve güvenliğin yanında duygusal ve psikolojik ihtiyaçlara da gönderme yapmaktadır (Kotler ve Lee, 2006: 201).

Günümüzde büyük bir kurum olmak yerine çok beğenilen bir kurum olmak önemlidir. Bu sebepten kurumların yerine getirmeleri gereken dört temel sorumluluk bulunmaktadır (Coşkun, 2010: 43):

- Sosyal-toplumsal sıkıntıların giderilmesine gönüllü katkıda bulunmak,

- Karlı, verimli ve ekonomik olmak,
- Ahlaki kanunların dışında toplumsal beklentilere ve normlara uygun davranmak,
- Hukuki kanunlara uymak.

Sosyal sorumluluk, kurumlar tarafından topluma yarar sağlamak ve sağlanan bu yararlar ile sürdürülebilir kampanyalar oluşturmayı amaç edinmiştir. Sosyal sorumluluk kavramı tarihte çok eskilere dayanmaktadır (Coşkun, 2010: 43).

Tarihte çok eski zamanlardan beri sorumluluk kelimesi hayatın hep içinde olmuştur. Sosyal sorumluluk ilk olarak, insanlar arasında ilişkilerin düzenlenmesini sağlayan dinlerin içerisinde kendini göstermiştir. Dinler ise bireye, topluma, toplum içindeki grup ya da örgütlere çeşitli sorumluluklar yüklemiştir. İnsanların bu dönemlerde kendi inançları, şahsi yargıları, ilkeleri, ahlaki görüşleri ve değerleriyle sosyal sorumluluk anlayışı geliştirdikleri söylenmektedir. Sonrasında ise, insanlar arasındaki yaşam şekilleri ile iş yapma şekillerini anlatmak için bazı kurallar ve yasalar kabul görmüştür. Yasalarla, ödenecek minimum ücret, işverenin borçları ve işverenin sorumlulukları belirlenir. Bununla ilgili ilk yasalar Hammurabi yasalarıdır (Bayrak, 2001: 85-86). Dinlerin yayılmasıyla beraber dini kurumlar ve dini liderler tarafından sosyal sorumluluğa dair bazı çalışmalar yapılmıştır. Yoksul olan halka yardımda bulunabilmek için çeşitli dernek ve vakıflar kurulmaya başlanmıştır (Coşkun, 2010: 44).

Filozoflar, yazılı yasalarla beraber sosyal hayata dair açıklamalarda bulunmuşlardır. Eflatun'un, yöneticilerin ekonomiyle ilgili hususlarda genel çıkarları diğer bütün hususlardan ayrı tutmaları gerektiği söylemi, sosyal sorumluluğa dair ilk ifadeleridir. Aristo, ekonomiyle ilgili hususları ahlaki açıdan ele almış, ticaret sırasında alışverişi yapılan mal ve hizmetlerin eş değere sahip olması gerektiğini, faizle elde edilen gelirlerin haksız gelir olduğunu savunmuştur. Daha sonraki dönemlerde İslamiyet, Hristiyanlık ve Musevilik dinlerinin ortaya çıkmasıyla beraber bu dinlerdeki gereklilikler, sosyal sorumluluk, idari anlayış, hoşgörü, teşkilatlanma düşüncesi, hürlük, sosyal idari ve denklik hususlarına yarar sağlamışlardır (Minareci, 2007: 63).

İleriki zamanlarda sosyal sorumluluk kavramı hükümet ve teşkilatların getirdiği kanunlar ve sınır çizgileri göz önünde bulundurularak faaliyetlerine

devam etmiştir. Avrupa’da egemen olan Katolik kilisesinin getirdiği düzen, Osmanlı İmparatorluğu’nda bulunan vergi sistemi, zekât ve ahilik örgütü bu faaliyetlere örnek olarak gösterilebilir. Sanayi Devrimi’ne gelene kadar sosyal sorumluluk fark edilemeyen yardımseverlik olarak faaliyetine devam etmiştir. Sanayi Devrimi sonrasında işletme ve kuruluş kavramları oluşmuştur ve iş hayatını ve sosyal sorumluluğu düzenleyici ortak esaslara dayalı ekonomik ve stratejik birlikler kurulmuş (Birleşmiş Milletler, Dünya Ticaret Örgütü, Avrupa Birliği vb.), sosyal sorumlulukla alakalı ölçü ve talimatlara kesinlik kazandırılmıştır (Özüpek, 2004: 23).

2.3 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

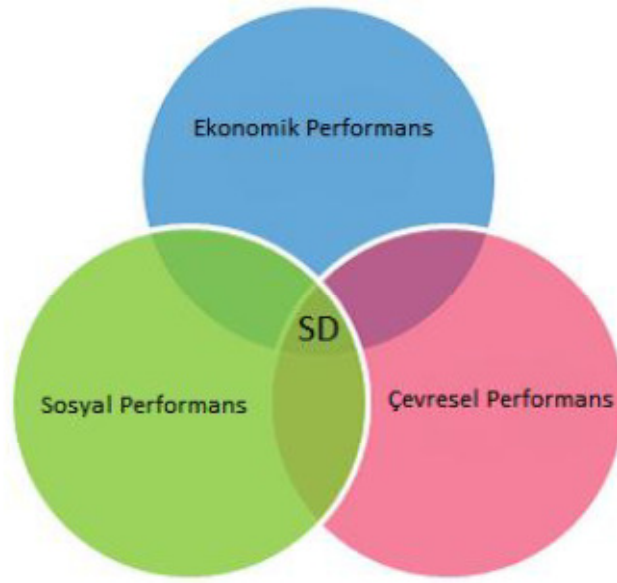
Toplumda organize olan, topluma yerleşmiş, benimsenmiş, yöntemleri belli olan sosyal ilişkiler düzeni ve topluluğuna denir. Teşkilatın kurum olarak isimlendirilebilmesi için toplum olarak benimsenmiş olması ve iç yönetim şeklinin bulunması gereklidir. Sosyal sorumluluk kavramı kurumsallaşan teşkilatların (vakıflar, şirketler, ordular vb.) ilişki içerisinde oldukları toplum ve çevreye yarar sağlama amacıyla üstlendikleri görevler sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk adıyla gün yüzüne çıkmıştır. Sosyal sorumlulukla ilgili yürütülen faaliyetleri sistemsiz, plansız ve kişisel olarak gerçekleştirmek yerine; kurumların benimsedikleri yasal düzenlemeler ile belli standartlara kavuşturularak, yasanın zorunlu kıldığı sosyal sorumluluklara pozitif yönde faaliyet gösteren kurumlara değer katan bir yapı haline gelmiştir (Koçel, 2003: 361).

Kurumsal sosyal sorumluluk anlam olarak, kişiden kişiye, toplumdan topluma ve işletmeden işletmeye farklılık gösterir. Kurumsal sosyal sorumluluğun anlamı ve kapsamı zaman içerisinde farklılık gösterebilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, içerisinde bulunduğu kültürel yapı ve değer sistemine bağlı olmasından dolayı bir kişi, bir yönetici, bir toplum ve bir bölge açısından kurumsal sosyal sorumluluğun alanına giren bir konu, farklı yer ve koşullarda bu alanında dışında kalabilir. Yükselen bir değer olan kurumsal sosyal sorumluluk işletmeler açısından, bir logo olmasının dışında dışsal ve içsel bazı dinamikleri içerisinde barındırmaktadır. İçsel dinamikler, çevresel ve sosyal süreçleri içermekle birlikte, insan kaynakları yönetimini, değişim için adaptasyonu, iş yerlerinde güvenlik ve sağlıkla ilgili düzenlemeleri, çevrenin ve doğal kaynakların idaresini içermektedir. Dışsal dinamikler ise, iş ortaklarını, müşterileri ve

tedarikçileri, yerel kamuoyunun desteğini, çevresel faktörleri ve uluslararası çalışma normlarını içermektedir (Akbaş, 2010: 12).

Kurumsal sosyal sorumluluk hem etik hem de yasal gereklilikleri bir araya getiren işle ilgili düzenlemeleri kapsar ve kurumların topluma karşı göstermiş oldukları tüm etik davranışları oluşturur. Diğer bir ifadeyle kurumsal sosyal sorumluluk, kurumun etik bir şekilde davranmaya göstermiş olduğu sürekli bağlılık, çalışanların ve ailelerinin yanında toplumun bütün kesimlerinin hayat standartlarını arttıracak şekilde ekonomik gelişmeye yapmış olduğu ve devamlılık gösteren katkıdır. KSS toplumun daha iyiye götürülebilmesi için sorumlulukların uzun dönemli sonuçlarının etik fonksiyonlarını üstlenirken, daha kötüye gitmesinden de kaçınılmasını hedefler. Kurumsal sosyal sorumluluk, toplumdan almış olduklarının bir bölümünü topluma geri vermek anlayışı olarak günümüzde yükselen bir değer olarak görülür. İnsanlık, çevre, eğitim, barış, açlık ve fakirlikle mücadele gibi kutsal bir amaca dayanan bu akımın engellenmesi mümkün olmamaktadır. Akımın dışında kalanlar da tüketici veya sivil toplum kuruluşları ya da devlet organları tarafından dışlanmakta, cezalandırılmaktadır (Tıngır, 2006: 12-13).

Kurumsal sosyal sorumluluk, bir firmanın, sosyal, ekonomik ve çevresel performansları arasındaki denge için çaba göstermesidir. Kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilir kalkınmanın (SD – Sustainable Development) sağlanabilmesi için bu üç performans arasındaki etkileşimleri ifade eder. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ile organizasyonlar sürdürülebilir kalkınma sağlamak ve rekabet avantajı kazanmaktadır. Bu üç performans etkileşimi ve modeli sonucunda sürdürülebilir kalkınma Şekil 2.1'deki gibi gösterilebilir:



Kaynak: Trang, 2011: 10.

Şekil 2.1: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Üç Boyutu

Günümüzde büyük bir şirket olmanın yerini beğenilen bir şirket olmak almıştır. Aynı zamanda şirketlerin yerine getirmeleri gereken dört ana sorumlulukları bulunmaktadır. Bunlar:

- a) Sosyal Sorumluluk: Toplumsal sıkıntıların giderilmesine gönüllü olarak katkıda bulunmak,
- b) Etik Sorumluluk: Yasaların ötesinde toplumsal normlara ve toplumsal beklentilere uygun hareket etmek,
- c) Hukuki Sorumluluk: Yasalara uymak,
- d) Ekonomik Sorumluluk: Kârlı ve verimli olmak.

Kurumsal sosyal sorumluluk, bu sorumluluklar arasından ilk ikisini doğrudan kapsamaktayken, dolaylı olarak da son ikisini kapsamaktadır. Çünkü toplumun sorunlarına duyarlı olan ve toplumun beklentilerini karşılayabilen kurumların toplumda yaratmış oldukları mutluluk, çalışanların ve müşterilerin daha mutlu olmaları neticesini doğurur. Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin iyi bir çevre ve iyi bir toplum için gönüllü olarak katkı sağlamasıdır (Tıngır, 2006: 7).

2.4 Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlgili Kavramlar

2.4.1 Sosyal Pazarlama

Tüketici odaklı bir yaklaşım olan sosyal pazarlama, işletmelerin amaçlarını gerçekleştirmek üzere, uzun vadede tüketici refahını ve müşterilerin tatminini

temel alan bir anlayışa dayanır. Bu anlayış ile işletmeler, toplumsal öncelikleri ve tüketicileri tatmin etmek, destek sağlamak diğer yandan kâr etmek, diğer bir ifadeyle, kendi sahip oldukları işletmelerin amaçlarını gerçekleştirmek gibi bazen eş zamanlı olarak çelişki içerisinde bırakan amaçlarla karşı karşıya kalırlar. İşletmelerin sosyal sorumluluk anlayışına dayanan kurumsal sosyal pazarlama ile işletmeler, toplumun refahını, güvenliğini ve halk sağlığını iyileştirmeyi hedef edinen “davranış değiştirme” kampanyasının uygulanması ve geliştirilmesine destek verirler (Akhüseyinoğlu, 2010: 28).

Sosyal pazarlamanın müşteri odaklı ve geleneksel pazarlama tanımına (fiyat, yer, ürün ve promosyon gibi ana kriterlere) ek olarak (Taşlıyan, 2012: 25):

- Toplum arasındaki ortaklıkları geliştirme,
- Toplumsal paydaşlara hitap etme,
- Verilen gelişim/değişim hizmetlerinin konusuyla alakalı politikaları oluşturmaya ve yaygınlaştırmaya destekte bulunma stratejilerini,
- Projenin ek fon kaynaklarını sağlayabilmek için gerekli faaliyetlerin üretilmesini kapsayan bir süreçtir.

2.4.2 İş Etiği

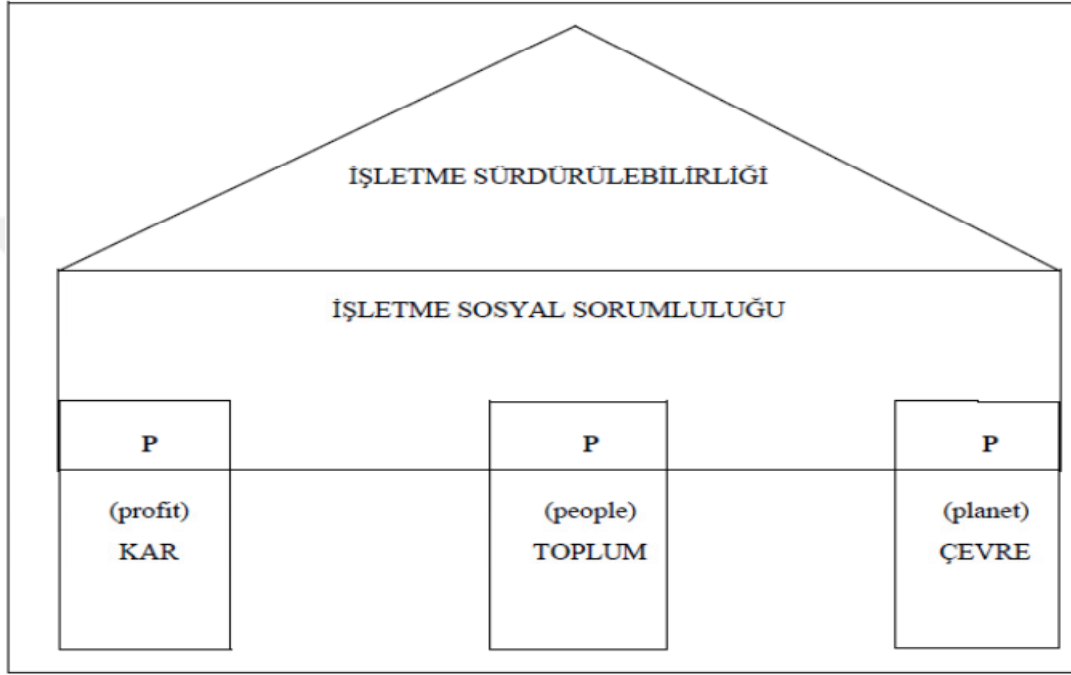
Etik; kişilerin özellikle de kurum ve örgüt yöneticilerinin etkinliklerinin ve eylemlerinin toplum üzerindeki etkisi ile toplumun normlarına uyumu bakımından moral ve yasal sorumluluklarıdır (Durmaz, 2010: 21).

İş etiği kavramı, ticari faaliyetlerde ahlaki özellikler için kullanılan bir kavramdır. İş etiği, bir şirketin işle alakalı işlevlerini tamamlarken, tüm çalışanlar tarafından kabul edilebilir şekilde hareket etmeyi sağlayabilmek için kullanılan ahlaki ilkeleri temsil etmektedir. Kavram olarak, iş için gündelik olarak etik veya normların ya da ahlaki kuralların uygulanmasına denir. Sosyal sorumluluk ile iş etiği kavramları aynı manaya gelmeseler bile sık sık yan yana kullanılırlar. Sosyal sorumluluk kavramı daha geniş kapsamlıyken iş etiği kavramı daha çok alt disiplin şeklindedir (Öztürk, 2013: 11).

2.4.3 Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilirlik, temel olarak bugünün gereksinimlerini gelecek nesillerin kendi gereksinimlerini giderme yeteneğini tehlikeye atmadan karşılayabilmek şeklinde tanımlanır. Sürdürülebilirlik, öz çıkarlara dayanmakta ve sosyal, çevresel ve ekonomik performansların değerlendirilmesini gerektirir. Diğer bir ifadeyle,

işletmelerin topluma zararı olan veya çevresel olarak savurganlığa neden olan kısa vadeli davranışlarından kaçınarak uzun vadeli ekonomik performanslarını güvence altına alacak şekilde hareket etmelerini gerektirmektedir. Aynı zamanda bu görüş, işletmelerin sosyal sorumluluğu, ekonomik kalkınması ve ekonomik sürdürülebilirliğine katkı olarak düşünülmüştür. Bahsedilen ilişki şekildeki gibi ifade edilir (Sohodol Bir, 2008: 38).



Kaynak: Sohodol Bir, 2008: 39.

şekil 2.2: İşletme Sürdürülebilirliği ve Sosyal Sorumluluk İlişkisi

2.4.4 Kurumsal Vatandaşlık

Kurumsal vatandaşlığın birden fazla anlamı vardır. Daha çok toplum yararına uyumlu örgüt uygulamalarını kapsamaktadır. Günümüzde çoğu kişi şirketlerin, hak ve sorumluluklara sahip birer vatandaş olarak ele alınmaları fikrinde birleşmişler ve şirketleri de kurumsal vatandaşlar olarak görmeye başlamışlardır. Örgütler, içerisinde bulundukları çevrede bir denge oluşturmayı amaç edinmelidirler. Bundan dolayı kendi çıkarlarının yanında faaliyetlerinde de sosyal faydayı göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Örgüt politikaları, stratejilerinin oluşumu aşamalarında kurumsal vatandaşlık kavramını temel almalıdır (İbişoğu, 2007: 29).

Son on yıl içerisinde kurumsal sosyal sorumluluk kavramıyla beraber kurumsal vatandaşlık kavramı da daha sık kullanılmaya başlanmıştır. Kurumsal vatandaşlık (global citizenship) “bir kurumun doğal çevre ve paydaşları ile olan ilişkileri ve etkilerini işlevsel duruma getirecek uygulamaları ve stratejileridir” olarak tanımlanmaktadır (Öztürk, 2013: 15). Kurumsal vatandaşlık, işletmelerin ticari faaliyetlerinde sosyal, yasal ve etik kurallara uymaları ve toplumla yaptıkları anlaşmalar gereği kendilerinden beklenen görevleri yerine getirmelerini ifade eder. Bir bireyin toplum içerisinde “vatandaşlık(yurttaşlık)” görevleri var ise işletmelerinde paydaşlarına karşı görev ve sorumlulukları vardır. Kurumsal vatandaşlığın dört temel unsuru bulunmaktadır. Bunlar; etik boyut, hukuki boyut, ekonomik boyut ve gönüllülük boyutu olarak tanımlanmaktadır. İyi bir kurumsal vatandaşlığı benimseyen kurumlar, etik davranış gösteren, kurallara uyan, fayda sağlayan ve hayırseverlik işleri ile topluma dönüş yapmayı kendilerine vazife edinen kurumlardır (Aydemir, 2012: 34).

Yapılan bir çalışmada, kurumsal vatandaşlık kavramının dokuz ilkedен oluştuğundan bahsedilmektedir. Bunlar (İbişoğlu, 2007: 29):

- a) Paydaşlara karşı sorumluluk
- b) Aktif liderlik
- c) Firmaların etik ve ahlaki sorumlulukları
- d) Yerel halk ile kurumların ortak amaçlarının birleştirilmesi
- e) Doğal çevrenin korunması
- f) Ekonomik fayda sağlanması
- g) Ortakların, sektörün farklı alanlarına da katılması
- h) Küresel ilişkiler
- i) Öngörülü hareketlerin dahil edilmesi

2.4.5 Sponsorluk

Batılı ülkelerde son yıllarda ortaya çıkan ve geçmişte çok eski zamanlara uzanan sponsorluk günümüzde çok hızlı gelişmekte ve bazen halkla ilişkiler aracı olarak kullanılmakta ve halkla ilişkiler uygulamaları ile destek verilmektedir (Aydemir, 1998: 19).

Literatürde sponsorluk çeşitleriyle ilgili herkes tarafından tam anlamı ile kabul gören bir sınıflandırmaya henüz rastlanmamıştır. Çeşitli yazarlar tarafından farklı sınıflandırmalar yapılmıştır. Bunlar arasında en çok kabul gören sınıflandırmalardan bazıları; Sosyal sponsorluk, kültür ve eğitim sponsorluğu,

spor sponsorluğu, medya sponsorluğu, sanatsal faaliyet sponsorluğu şeklindedir (Baş, 2008: 113).

Kurumsal sosyal sorumlulukla sosyal sponsorluğu arasında kimi zaman anlam kargaşası yaşanabilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk etkinliğinde, kurumların faaliyet alanları ile sosyal sorumluluk gösterilecek faaliyet alanları birebir uyuşma zorunluluğu göstermezler. Sponsorlukta faaliyet alanlarının uyumluluğu önemlidir. Sosyal sponsorluk projelerini kurumsal sosyal sorumluluk projelerinden ayıran önemli özelliklerden biri, kuruluşların sponsorluğa ayırdıkları bütçelerinin bir kısmını toplumsal fayda için kullanmalarıdır. Fakat bu noktada dikkat çeken ve önemli konulardan biri, yapılan veya yapılmakta olan projelerde, yalnız parasal desteğin toplum yararına harcanmasıdır. Diğer fark ise, KSS projelerinin sürekliliğinin söz konusu olmasıdır. En az iki yıl süreyle ara vermeden devam eden projeler KSS projeleridir. Sosyal sponsorluk projeleri belli bir zaman içerisinde yinelenen projelerdir. KSS projeleri en temel anlamı ile toplumsal yararı gözeterek bu konuda kurumsal beklenti içinde olmazken, sponsorluk konusunda kurumsal beklenti söz konusudur (Özgen, 2006: 36-38).

2.4.6 Kurumsal Sosyal Duyarlılık

İşletmenin kâr amacı için sürdürdüğü faaliyetleri sırasında yapacağı uygulama ve alacağı kararlar için, bu uygulama ve kararlardan etkilenebilecek kesimlerin dikkate alınması manasına gelir. Kurumsal sosyal duyarlılık, herhangi bir dış yatırım olmadan öncelik tanıyarak bu konuyla ilgili önlem almasını ve paydaşlarını koruyucu tedbirleri yürürlüğe koymalarını ifade eder (Yüceldi, 2009: 34).

2.4.7 Kurumsal Hesap Verme Sorumluluğu

Kurumsal hesap verme sorumluluğu ile KSS birbirlerinden farklıdır. KSS bir kurumun sorumluluklarının sınırlarını belirlerken, kurumsal hesap verme sorumluluğu ise kurumların sorumluluklarına dayalı açıklama, hareketlerini rapor etme ya da ispatlama görevini üstlenir. Kurumsal hesap verebilirlik, kurumun operasyonlarını takip edebilmek için bir kurum tarafından geliştirilmiş olan beceridir. Hesap verebilirlik, çıkar sahipleriyle alakalı konuları içerir ve kurumla çıkar sahiplerinin arasında ilişkileri düzenlemeye yönelik kuralları açıklar. Kurum içinde alınan kararların doğru olduğunu kanıtlamak ve sorumluluğu kabul etmek gereklilik olarak görülür. Bu bakımdan, hesap verebilirlik ilkesi, yönetimin sorumluluğunu ve işlevlerini açıklamayı, yönetici ve hissedarların isteklerini

güvenceye alacak gönüllü çabayı destekleyip nesnel kararlar alınmasının yönetim kurulları tarafından izlenmelerini kapsar (Öztürk, 2013: 17).

Kurumsal hesap verme sorumluluğu, bir işletmenin ahlaki ya da yasal sebeplerle, işletmenin faaliyetleri hakkında açıklama yapma ve bilgi verme sorumluluğuna denilir. Sorumluluk, bir faaliyetin yerine getirilmesi gereken göreviyken, hesap verme ise yerine getirilen faaliyetle ilgili bilgi verme yükümlülüğüdür. Ortaklar ile işletme yönetimi arasında hesap verme/hesap sorma ilişkisi, vekâlet modeline ve vekâlet teorisine dayanmaktadır ki; bu ilişkide ortaklar vekâlet veren taraf, işletme yönetimi ise ortaklardan vekâlet alıp onları temsil eden taraftır. Ortaklar, kaynakları işletmelere emanet eder iken; işletme yönetimi de kaynakları ortakları temsilen iyi bir şekilde yönetme sorumluluğunu üstlenmektedir. İşletme yönetiminin yatırımların geri dönüşü ve sermayenin kullanılışı konularında ortaklara karşı hesap verme sorumluluğu da vardır. Kurumsal hesap verme olgusu, ortaklarla işletme yönetimi arasındaki ilişkiler ve geleneksel vekâlet modeli ile sınırlandırılmaz. İşletmeler hem örtülü hem açık bir şekilde işlerinden dolayı diğer paydaşlar ile aynı ilişki içerisindeyler. Yapılan farklı sözleşmeler hesap verme sorumluluğuna temel oluşturmaktadır (Aydemir, 2012: 31-32).

2.4.8 Kurumsal Sosyal Raporlama

Sosyal raporlama, etik ve sosyal denetim gibi kavramlar ile eş anlamlı olarak kullanılır. Sosyal raporlama işletmelerin sosyal sorumluluk konuları ile ilgili uygulamalarda ilgili taraflara yani paydaşlara sunulması şeklinde tanımlanabilir. Diğer bir ifadeyle, sosyal raporlama, işletmelerin sosyal konularda yaptığı uygulamaların toplum ile paylaşılma sürecidir (Aydemir, 2012: 33).

2.5 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi

1920'li yılların başı çoğu yazar tarafından KSS kavramının doğuşu kabul edilir. Bu tarihin öncesi ve sonrası, konunun gelişimi bakımından değişik manalar taşır. Bu konuyu sanayi devrimi öncesi ve sanayi devrimi sonrası olarak değerlendirmekte fayda vardır. 12. ve 18.yüzyıl arası sanayi devrimi öncesi dönemde işletmecilik faaliyetleri bilimden uzak gerçekleşmekteydi. İşletmeler küçük ölçekli ve siparişe göre üretim yapan dükkânlardan ve ticarethanelerden meydana gelmekteydi. Bütün Ortaçağ boyunca ekonomiye ve ticari faaliyetlere dini açıdan bakılmış, ticari faaliyetler ile uğraşan ve yönetenlerin sorumluluk anlayışları da dini inançların etkisine göre şekillenmiştir. Bu dönemlerde ticarete

sorumluluk, dini görüşe, vicdana ve kişinin etik anlayışına bağlı olarak ortaya çıkmaktaydı. Din, toplumsal kuralları ve normları oluşturduğu gibi ticarete de düzenleyici etkilerini göstermekteydi. Yine de dönem bakımından KSS kavramından söz etmek çok da mümkün olmamaktadır (Aktan ve Börü, 2007: 22-23).

Merkantilist döneme gelene kadar ortaçağın ticari yapısı aynı şekilde devam etmiştir. Merkantilizmle beraber değişiklik yaşamaya başlamış olsa bile kurumsal sosyal sorumluluk bakımından düşünce yapısı gelişebilmiş değildir. Genellikle 1500 ile 1800 arasını oluşturan yıllarda merkantilist dönemde benimsenen ticari görüş, bir ülkenin zenginliğinin elinde bulundurduğu kıymetli madenler ile ölçülebileceğiydi. Bu dönemlerde, yoksullara yardıma bulunmak, işsiz olanlara iş bulmak devlete ait bir görev ve sorumluluktu (Savaş, 2000: 141). Doğu toplumuna baktığımızda ise Batı toplumuna benzeyen düşünce yapısının yani düşüncelerinin dini inançların etkisi ile oluştuğunu görebilmek mümkündür. Fakat, İslamiyet'in toplumsal dayanışma, yardımlaşma gibi konuları dini kurallara bağlaması ve faizi yasaklayıp yardıma muhtaç olan insanlara zekât verilmesini buyurması sonucu sosyal sorumluluklar Batı'ya göre Doğu'da ciddi oranda ilerlemiştir (Aktan ve Börü, 2007: 23).

James Watt tarafından 1765'te icat edilmiş olan buhar makinesi ve bunun enerji kaynağı olarak üretimde kullanılması ve böylelikle fabrika düzenine geçilmiş olması modern anlamda işletmecilik ve yönetim uygulamalarının temelini oluşturmuştur. Adam Smith'in 1776'da Milletlerin Zenginliği adlı eseri ve 1789'da Fransız İhtilali sanayi devriminin tamamlayıcıları sayılabilir (Ataman, 2001: 43).

Sanayi devrimi yıllarında benimsenen iktisadi görüş kapitalizmdir. Adam Smith iktisadi görüşünde, kişilerin mülkiyet haklarını her şeyin üzerinde tutmasından dolayı bireyci bir felsefeye sahip olduğunu gözlemlemektedir. Bireylerin kişisel çıkarları için girişecekleri eylemlerin sonucunda sağlayacağı faydalar toplumun yararını maksimize edeceği görüşünün kabul edilmesi ile yeni değerler ortaya çıkmıştır ve bu da sanayileşme felsefesine uygun bulunmuştur. Adam Smith'in görünmez el teorisi bu dönemde hâkim görüş olmuştur. Bu sebepten üretim artışı ile karlılık dışında diğer konular ile ilgilenmeye gerek görülmediği fikri kabul görmüştür. Adam Smith'in görünmez el teorisi; kurumların ve bireylerin şahsi menfaatleri için uğraşırken harekete geçirdiği

kuvvetlerin (görünmez el) topluma tümüyle yarar sağlayacaklarını savunmuştur. Görüşü benimseyen yönetici ve işletme sahipleri, kişisel kazançlarını maksimize etmenin haricinde herhangi bir sorumluluk üstlenmemişlerdir (Aktan ve Börü, 2007: 23).

Sanayi devrimi sonrasında yaşanan gelişmelere ise 1900'li yıllarda bakılmaya başlanmıştır. 1900'li yılların hareketli ve hızlı geçen ekonomik hayatı 1929 yılında New York Borsası'nın çöküşüyle sona ermiştir. Yaşanılan panik geriye işsiz bir kesim bırakmıştır ve bir ülkeden diğerlerine sıçramıştır. İşsizlik sebebiyle satın alma gücü düşmüş ve büyük işletmeler arka arkaya kapanmaya başlamıştır. Özellikle Amerika'daki işletmelerin çok büyük boyutlara ulaşmış olması fakat toplumun refah seviyesi ve sosyal beklentilerinin giderilememiş olması durumu düşünce yapısını değiştirmeye başlamıştır. Sonuç itibarıyla işletmeler, büyüyen yapılarının topluma olan etkilerinin ve faaliyetlerinin sonuçlarından ötürü KSS kavramı ile karşı karşıya kalmışlardır (Boatright, 2003: 377). 1930'lu yıllarda başta ABD olmak üzere tüm sanayileşmiş toplumlarda çeşitli kültürel ve sosyal değişimler meydana gelmiştir. Bu yıllarda çalışanlar, sendikal haklar elde etmeye başlamıştır. Çalışma şartları, iyi ücretler ve diğer sosyal haklar için pazarlık gücü elde etmişlerdir (Ataman, 2001: 107).

İşletmelerin ulaştığı dev boyutlar toplumda tahribata neden olmuştur. Bu tahribatı önlemek için, anti-tröst yasaların çıkarılması, çalışanlara insani haklar tanınması KSS kavramına kanuni boyutların eklenmesi anlamına gelmiştir. İşletmeler için KSS verimli ve karlı olmasının yanında kanunlarda yapılan düzenlemelere de uymak olarak gerçekleşmiştir. KSS anlayışının işletmelere aşılması öncelikle yasal zorlamayla olmuştur. II. Dünya savaşıyla beraber iş dünyası, çalışanların önemini anlamış ve sorumluluklarının bilincine varmaya başlamıştır (Koçel, 2003: 225-226).

1960'lı yıllarda ise, çalışan hakları, asgari ücret, tüketici hakları, çevreye duyarlı üretim, sigortalı çalışma gibi konular değerlendirilmiş ve bu konularla alakalı önerilerde bulunulmuştur. Aynı zamanda sivil toplum örgütlerinin toplumdaki rolü önem kazanarak, kadın hakları, ırk ayrımı gibi meselelerde ciddi ilerlemeler olmuştur. 1960'lı yıllarda yaşanan değişimlere işletmeler izleyici olarak kalmayıp bazı uygulamalar geliştirmeye ve kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirmeye başlamışlardır. 1970'li yıllarda işletmelerde görülen başlıca KSS uygulamaları; karı paylaşma, ortaklara bilgi sağlama, iş

konusunda adaletli olma, reklamların ahlaka uygun olması, çevreyi koruma ve faaliyetlerin toplumdaki etkileri düşünülerek eylemde bulunma şeklindedir. 1980’li yıllarda ise; toplum sağlığına hizmet, yoksullara maddi yardım, uygun çalışma koşulları, atıkları azaltma, geri dönüşüm şeklindedir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarından işletmelerin sağlayacakları yararlar tam olarak ifade edilmediğinden genelde işletmeler kanuni ve ekonomik sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmışlar ve gönüllü olarak faaliyette bulunmuşlardır (Aktan ve Börü, 2007: 25).

1990’lı yıllar ve sonrasında KSS önemli bir unsur olmanın yanında zorunlu bir kavram olmuştur. Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı, Avrupa Birliği gibi kurumlar yapılarında kurumsal sosyal sorumlulukla alakalı bölümlere yer vererek eğitici çalışmalar ve kanuni düzenlemeler yapmaya başlamışlardır. Bununla ilgili ilkeler ve standartlar oluşturularak kurumsal sosyal sorumluluğun yayılması için faaliyetler yürütmüşlerdir. Örneğin 2005 senesi AB tarafından kurumsal sosyal sorumluluk yılı ilan edilmiştir. Avrupa Komisyonu KSS ile ilgili politikalar üreterek bunların yayılmasını sağlamaya çalışmaktadır. Dünya Bankası toplumsal sıkıntıların giderilmesi için finansal kaynaklar sağlamaktadır (Lantos, 2001: 59).

2.6 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Türkiye’deki Gelişimi

Ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluk Osmanlı İmparatorluğu’na kadar uzanmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu zamanında sağlık, sosyal güvenlik ve eğitim gibi kamusal hizmetlerin asıl kurumsal mekanizmasını ‘vakf’ şu anki adıyla vakıflar oluşturmaktaydı. Kavram açısından farklı ifade edilmiş olsa bile, Türkiye toplumunun kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına geçmişten bu yana bir aşinalığının olduğu söylenebilir. Geçmişte bu uygulamalar bağış ya da hayırseverlik olarak görülmekteydi (Selçuk, 2021: 20).

Osmanlı İmparatorluğunun yıkılıp yerine Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasıyla, savaştan yeni çıkmış, yorgun ve ekonomik bakımdan güç durumda bulunan Türkiye’de yatırımlar devletin eliyle gerçekleşmiştir ve ekonomik hayatta devletin kendisi en büyük aktör olmuştur. 1945’li yıllara kadar devletçilik ilkesi yoğun olarak uygulanmıştır. 1980’lerin başlarından itibaren serbest ekonomiye geçilerek ekonomi liberalleşmiştir ve özel sektörün ekonomik olarak ağırlığı artmaya başlamıştır. Bu tarihlerden sonra devletin ekonomik hayatta rolü azalmaya başlasa da ABD ve AB ülkeleri gibi ülkeler ile karşılaştırıldığında yine

de çok etkili durumda olduğu görölmüştür. 1980'lerin sonrasında önemli ilerlemelerin görüldüğü özel sektör, 2000'li yılların başlarına gelene kadar gerek kronikleşen enflasyon gerekse de ekonomik krizler sebebiyle kurumsal sosyal sorumluluğa gereken önem verilememiştir. 2001 yılından itibaren yapılan reformlar ile beraber enflasyon hızla düşerek üretim ve kapasite kullanım oranları önemli bir artış yaşamıştır. Türkiye ekonomisi düzenli bir büyüme sürecine girmiştir (Selçuk, 2021: 20-21).

Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk anlayışıyla ilgili olarak yaşanan önemli ve kritik bir gelişme ise 17 Ağustos 1999 tarihinde yaşanan depremle ilgilidir. Yaşanan deprem sonrasında özellikle kurumsal yardımlar yapılmış ve kurumların toplumun takdirini kazandığı görölmüştür. Bu tarihten itibaren kurumlar bu yardımları stratejik olarak değerlendirmeye başlamışlardır. KSS uygulamalarına küresel kurumların öncülük ettikleri de görölmüştür. KSS bilincinin oluşmasıyla Türkiye'de KSS derneği kurulmuştur. Kurulan bu dernek 2008 yılında KSS Avrupa üyeliğine kabul edilerek Türkiye'deki KSS gelişimine ait ilk raporu 2008'de yayınlamıştır. Derneğin çalışmalarının dışında Capital dergisinin 2005 yılından sonra her yıl Sosyal Sorumluluk Liderlerini sunmuş oldukları bir araştırmanın yapıldığı da görölmektedir (Öztürk, 2013: 10).

2.7 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Faktörler

2.7.1 Ekonomik Faktörler

1900'lü yıllarda, sanayi devrimi döneminde yaygın olan görüş liberalizmdi. Liberalizm, ilk olarak İngiltere'de ortaya çıkmıştır ve birçok alanda olduğu gibi ekonomik alanda da etkisini göstermiştir. Ekonomik anlamda; gümrüklerin kalkmasını, serbest rekabeti, dış alım özgürlüğünü savunarak devletin ekonomiye müdahale etmesine karşı çıkmıştır. 1929 yılında görülen ve tüm dünyayı etkileyen ekonomik bunalım toplumsal değişimlere neden olduğu gibi ekonomik hayata ve iş hayatına da yön vermiştir. Üretimde ve işletme faaliyetlerinde devletin rolü önem kazanmıştır (Pusak, 2014: 15).

Amerika'da KSS anlayışı 20.yüzyılda oldukça öne çıkmış ve birçok kesim tarafından önemi vurgulanmıştır. Bu yıllarda Amerika'daki firmalar için tekелci uygulamalarda bulunarak rekabeti engelleyecek şekilde hareket etmekle suçlanmışlardır. Yapılan suçlamalara karşılık müşteri hakları, anti tröst yasalar gibi uygulamalar geliştirilmeye başlanmıştır (Güngör, 2010: 18).

2.7.2 Politik Faktörler

20.yüzyıl içerisinde ve özellikle de II. Dünya Savaşı'ndan sonra dünya iki kutuplu bir yapı halini almıştır. Diğer taraftan da bu yıllar dünyanın her yerinde demokratikleşmenin arttığı yıllar olarak anılmaktadır. Bu yıllarda insan hakları bireylerin lehine bazı gelişmeler göstermiştir. Bireyin toplum içerisindeki öneminin artması, işletmelerin de bireyleri ve toplumu daha çok önemsemelerine ve bireye bir işçi, tüketici, yatırımcı vb. olarak daha çok önem vermelerine sebep olmuştur (Aktan ve Börü, 2007: 26).

2.7.3 Sosyal Faktörler

1900'lü yıllar, toplumların birbiri ile olan iletişimlerinin ve etkileşimlerinin artış gösterdiği yıllardır. Bireyler önce kendi toplumundaki diğer bireyler ile daha sonra dünya üzerinde bulunan farklı toplumlardan bireyler ile etkileşimin ve iletişimin artması bireyin de toplum içerisinde örgütlü olarak hareket etmelerini sağlamıştır. 1930'lu yıllar, çalışanların sendikal haklar kazanmaya başladıkları ve daha iyi yaşam koşulları, daha iyi işler ve daha iyi ücretler istemeye başladıkları toplumsal dönüşüm yıllarıdır. Bu yıllarda yararcı ve bireyci ahlak felsefesi yerini sosyal ahlak anlayışına bırakmıştır (Ataman, 2001: 107).

Günümüzde küreselleşme ile sınırların kaldırılması ve çok uluslu firmaların yerel pazarlarda etkin rol oynamaları toplumlar arasında farkındalığı ve etkileşimi arttırmıştır. Toplumsal dönüşümler, işletmelerin toplumun çoğu kesimiyle alakalı tavırlarını değiştirerek toplum ile daha iyi ilişkiler kurma gereksinimlerine sebep olmuştur. Değişimlerin ve dönüşümlerin sonucunda çokuluslu şirketlerin toplumdaki farklı kesimlerle iyi ilişkiler kurmak ve bu kesimlerin gözünde meşruiyet kazanma çabalarında artış görülmüştür (Aktan ve Börü, 2007: 26).

2.8 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Boyutları



Kaynak: Carroll, 1991, s. 42.

Şekil 2.3: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

2.8.1 Ekonomik Sorumluluk

Ekonomik sorumluluk, işletmelerin kârlı ve üretken olma yükümlülüklerini ifade eder. Kâr elde etme işletmenin sosyal bakımdan bir hedefi olmasa bile, isteklendirmek ve işletmeyle ortak menfaati bulunan bireyler bakımından ciddi öneme sahiptir. Aynı zamanda işletmelerin, toplumun istedikleri mal ve hizmetleri üreterek ortaklarının kârlarını maksimum seviyede tutmaları gerekir. Kâr elde etmek şirketler açısından ciddi öneme sahipken, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamasında ayırıcı birer öge olarak görülen finans konusu, uygulamalar, etik tüketimler ve etkilediği diğer konular ile iç içe geçmektedir (Başer, 2015: 13).

Carroll'a göre ekonomik sorumlulukların özelliklerini belirleyen unsurlar şunlardır (Carroll, 1991: 40):

- Güçlü rekabetçi durumunu devam ettirmek,
- Faaliyet verimliliğini yüksek düzeyde devam ettirmek,
- Olabilecek en yüksek kazancı elde etme çabası içerisinde olmak,
- Başarılı bir işletmenin her zaman kazançlı olduğunu kabul etmek,
- Faaliyetlerini hisse başına kazanç maksimizasyonunu sağlayacak şekilde sürdürmek.

2.8.2 Ahlaki Sorumluluk

Hukuki ve finansal sorumluluklar ahlaki değere sahiptir. Hukuki düzenlemeler ile ifade edilmemekle beraber uymaları gereken bazı davranışlar bulunmaktadır. Bunlar ahlaki sorumluluklardır. Ahlaki sorumluluklar, ahlaki kuralları ve toplumsal değerleri ihlal etmeden faaliyette bulunması, toplum içerisinde oluşumu yeni olan veya zaman içerisinde değişime uğrayan ahlaki kuralların benimsenmesi ve bu kurallara gerekli olan itibarın gösterilmesi, işletmenin amaçlarını gerçekleştirebilmesi için ahlaki kurallara gölge düşürülmesinin engellenmesi ve kurumsal birleşmelerin ve ahlaki kuralların yasa ve düzenlemelerin yüklemiş olduğu mesuliyetlerin ötesinde sorumluluklar yüklediğinin farkında olunmasıdır (Ersöz, 2009: 593).

Ahlaki sorumluluklar, personelin, tüketicilerin, toplumun ve paydaşların hak ve hukukla ilgili algılamalarını içermektedir. Aslında sosyal sorumluluğun ana bölümü, ahlaki tutumlardır. Finansal hareketlerde bulunan başkalaşma ve rekabetçi pazar üstünlüğünü elinde bulundurma, riskin minimum düzeye indirilmesi, marka imajı, pazar içerisinde ön plana çıkma, paydaşların ilişkileri ve uzun dönem stratejik kazançların üzerinde işletmeler kurumsal vatandaş gibi yarar sağlamaya hizmet etmelidirler (Özarslan ve Çerik, 2008: 593).

Etik görevler, yasal görevlerdeki sınırlamalarda yaratılan boşlukları kapatmaktadır. Bu sorumluluk, doğru, adil ve haklı olanların yapılmasını, kişilerin haklarına karşı saygılı olmayı gerektirmekte, hatta başkalarının neden olduğu zararlar kadar, toplumsal zarar ya da yararlanmanın da önüne geçilmektedir. Ahlaki sorumluluklar hukuki düzenlemelerde bulunmasalar bile, toplum tarafından beklenen veya yasaklanan, kararlar, politikalar veya uygulamalardır. Fiyatları uygun seviyede tutma, haksız rekabetten ve gerçeği yansıtmayan reklamlardan sakınma, fırsatçılıktan kaçınma, borçlu durumdaki kişilere dürüst bir şekilde yaklaşma, personellerin terfi almalarının sağlanması gibi hususlarda tarafsız olma, eşit iş imkânı sunma gibi hususlarda, işletmenin çevresinde bulunan kişi ve kuruluşlara olan sorumluluklarını gidermede takınmış oldukları yaklaşımlar kuruluşların ahlaki sorumluluklarını açıklamaktadır (Gültekin, Çelik ve Aykanat 2007: 153-154).

2.8.3 Hukuki Sorumluluk

İşletmeler ekonomik bakımdan sorumluluklarını gerçekleştirirken, yasalara ve kanunlara da uymaları gerekir. KSS piramidi içerisinde en çok yer kaplayan

ekonomik sorumluluklardır. İşletmelerin kuruluşundaki asıl amaç kar sağlamaktır. Piramit içerisinde ikinci büyüklük olarak ise hukuki sorumluluklar gelir. İşletmelerden toplumun beklentisi, karlılığa ve verimliliğe ek olarak yasalara ve kanunlara uyum göstermeleridir (Öktem vd., 2017: 89).

KSS faaliyetleri, işletmelerde belli bir yasal kurumsal çerçevenin kodlarına uygun, gönüllülük esas alınarak gerçekleştirilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk algısını ve anlayışını gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde değişik seviyelerde görebilmek mümkündür. Küreselleşmenin etkisi ile beraber piyasada bulunan temel ürün ve hizmet üretim aşamalarında kurumsal sosyal sorumluluk alanında kabul gören yaklaşımlar, kurallar, organizasyonlar ve projeler ortaya çıkmıştır. Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler, Avrupa Konseyi, Avrupa Birliği gibi kuruluşların kurumsal sosyal sorumluluk alanında politika içeriğini geliştirdikleri görülür. Türkiye kendi iç çevresine uygun olarak kurumsal sosyal sorumluluk politikalarını düzenlemektedir. Kurumsal şirketlerin de kapsamlı ve güncel kurumsal sosyal sorumluluk yöntemleri bulunmaktadır. Kamu kurum ve kuruluşları da mevcut politika alanındaki sözleşmeleri onaylamakta ve kurumsal yapıyı, iş süreçlerini ve personel yönetimini dönüştürmektedir (Öktem vd., 2017: 89).

2.8.4 Gönüllü Sorumluluk

Gönüllü sorumluluk, işletmelerin isteklerine ve seçimlerine bağlı olarak gerçekleştirdikleri faaliyetleri içerir. Gerçekleştirilen faaliyetler yasal olarak zorunlu tutulmamış, emredilmemiş veya toplum tarafından net bir şekilde istenmemiştir. Toplum, bu tarz faaliyetleri işletmelerden beklemektedir ancak buna uymayan işletmeleri de etik dışı olarak nitelendirmemektedir. Eğitime ve sanata verilen ekonomik destek, hayvan barınma evlerinin yapılması, huzurevindekilere yönelik düzenlenen sosyal faaliyetler gibi faaliyetler bunlara örnek olarak gösterilebilir (Özüpek, 2004: 76).

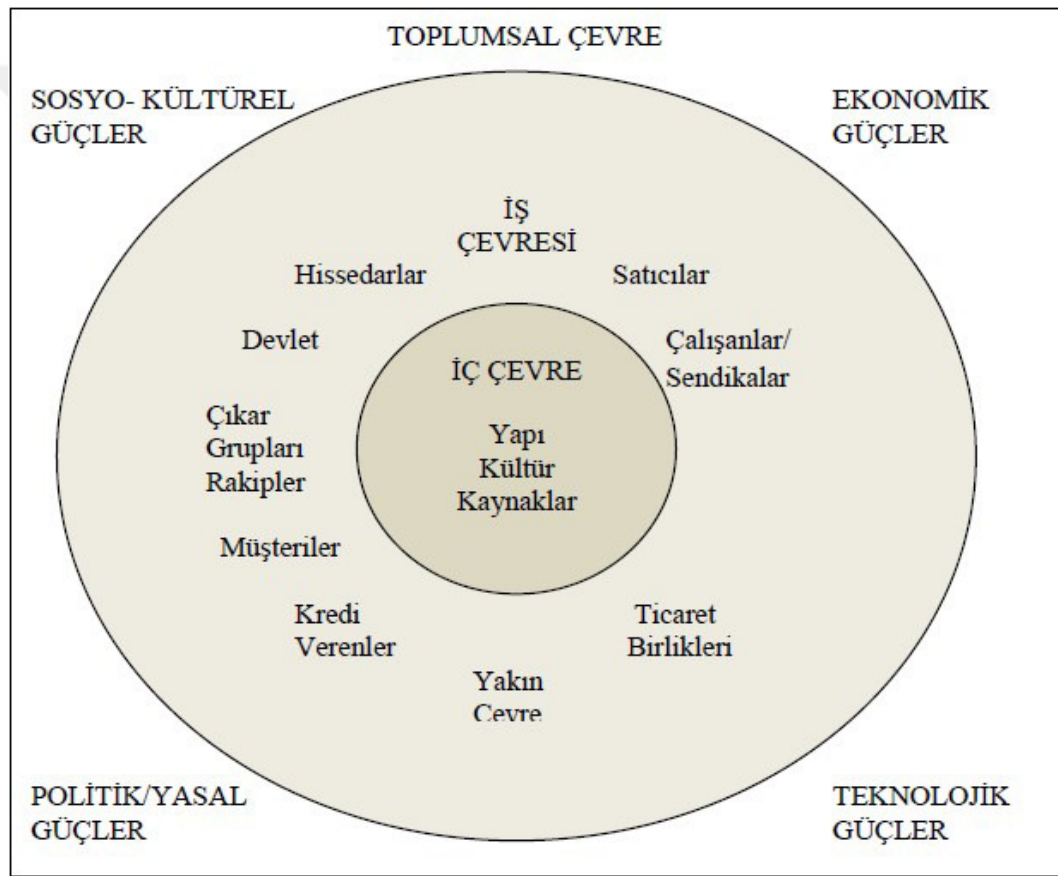
Carrol'a göre hayırseverlik sorumluluklarına ait unsurlar aşağıda sıralanmıştır.

- Yöneticilerin ve çalışanların toplumsal faaliyetlerde gönüllü olarak bulunması önemlidir.
- Eğitime destek verilmesi önemlidir.
- Toplumun hayırseverlik ve yardımseverlik beklentilerine uygun olarak davranmak önemlidir.

- Sanata destek verilmesi önemlidir.
- Toplumsal faaliyetlere destek verilirken asıl amacın “yaşam kalitesinin iyileştirilmesi” olmalıdır (Carrol, 1991: 41).

2.9 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

Sosyal sorumluluk alanlarının belirlenmesi, işletmelerin çevresinde olan sosyal sorunların farkına varması, sorunların çözümünde ellerindeki kaynakları doğru ve uygun olacak şekilde kullanabilmeleri için gerekmektedir. İşletmelerin ilgili olduğu birden fazla sosyal sorumluluk alanı bulunur. Bu alanlar, sosyal sorumlulukların konu, kapsam ya da kısıtlarını oluşturmaktadır (Akyar, 2008: 27).



Kaynak: Akyar, 2008: 27.

Şekil 2.4: Sosyal Sorumluluk Alanlarını Etkileyen Faktörler

2.9.1 Ekolojik Çevreye Karşı Sorumluluk

Kuruluşun faaliyette bulunduğu ve toprak, doğal kaynaklar, hava, su, insan, flora ve bunların ilişki içerisinde olduğu ortama “çevre” denilir (Zoroğlu, 2001: 93).

İnsan; zekâsı, akıllı, teknolojik ve yönetsel gücüyle canlı ve cansız doğa üzerinde etkisini arttırarak, mevcut dengeyi değiştirebilme imkânına ulaşmıştır. Böylelikle insan, kendisi dışındaki varlıkların bakımından hem ortamın bir unsuru hem de bütün doğal dengeyi bozabilecek kadar güçlü bir unsur haline gelmiştir. Çevresel açıdan sorumluluk duygusuna sahip olan işletmeler, toplum için yararlı mal ve hizmet üretmesinin dışında çevreyi koruma ve bir sonraki nesillere yaşanabilir bir çevre bırakmayı arzulamaktadırlar. Kalkınma ve çevreyi koruma kavramları birbirlerini dışlayan kavramlar değil, birbirlerine destek sağlayan kavramlardır. Sürdürülebilir kalkınmanın asıl ilkesi, tüketilebilecek doğal kaynakların doğal üreme hızını aşmayacak şekilde tüketilmelerini güvence altına almaktır. Bu yüzden yönetimin bir bütün olarak yenilenebilen ve yenilenemeyen kaynak rezervleri ile atıkların ve ürünlerin bileşimleri arasında denge kurmaları gerekir (Özüpek, 2005: 46-47).

Hava, su, besin ve ısı gibi hayatı devam ettirebilmesinde gerekli olan kaynaklar, yıllardır diğer canlılar ve insanlar tarafından tüketilmektedir. Fakat Sanayi Devrimi sonrasında insanların yapmış olduğu teknolojik devrim, bu kaynakların tüketilmesinde aşırılığa yol açmıştır. Günümüzde nüfusun artması, teknolojinin gelişmesi ve insanların sadece temel ihtiyaçlarla yetinmeyerek eğlenme, dinlenme vb. etkinlikler için yeterli kaynaklar ve alanlar istemeleri, doğal kaynakların üstündeki baskıyı da arttırmıştır. Doğal kaynakları korumak gerektiği bilincine sahip akılcı bir yaklaşım ile kaynakların kullanımının denetlenmesi, doğal kaynakların azalmasının ve doğal çevrenin tahribinin önlenmesinde gereklidir. Sürdürülebilir doğal kaynak kullanım politikaları, sosyal sorumluluk kavramının gelişmesi ile beraber şirket politikalarındaki yerini almıştır (Zoroğlu, 2001: 93).

2.9.2 Sosyal Çevreye Karşı Sorumluluk

İşletmeler faaliyette bulundukları toplumun her düzeyiyle ilişki içerisinde bulunmaktadır. İlk aşama olarak, işletme etik ve etkin olarak mal ve hizmet üretebilmek için ana görevlerini yerine getirerek, doğrudan ya da dolaylı şekilde iş yaratmak, âdil ücret ve yardım sağlayarak ve vergileri düzenli bir biçimde ödeyerek, topluma hizmet etmektedir. Aynı zamanda yerel olarak yardım faaliyetlerine destek sağlamak gibi ticari başarılarını arttırıcı uygulamalara destekte bulunarak topluma hizmet edebilirler. Sosyal yatırımların bir boyutu olarak işletmeler, eğitime katkıda bulunabilir, yoksulluk, işsizlik gibi sosyal

problemleri çözmek için sivil toplum kuruluşları ve kamu otoriteleri ile beraber çalışabilir, böylece topluma olan sorumluluklarını yerine getirirken işletmeler imajlarını da arttırabilirler (Kağnıcıoğlu, 2007: 25-26).

Klasik sosyal sorumluluk görüşünde de anlatıldığı gibi işletmelerin asıl hedefi kâr sağlamaktır. Bununla birlikte işletmeler varlıklarını sürdürebilmek ve pazarda rekabet avantajı sağlayabilmek için iş dünyasının, toplumun sosyal sorunların çözümü konularında iş dünyasından olan beklentilerine karşı daha duyarlı olmaları gerekir. Duyarlılık gösteremeyen işletmeler ise, tüketici boykotları gibi bazı baskılarla karşılaşır ve imajı zedelenen işletmelerin farklı pazarlara açılma şansları kalmaz. Aynı zamanda var olan pazar paylarını da kaybetme tehlikesiyle karşılaşır (Aydemir, 2012: 49).

İşletmelerin asıl sorumluluklarından birisi, toplumsal değerlere, normlara ve inançlara karşı saygı göstermek ve onları göz önünde bulundurarak faaliyetlerini gerçekleştirmektir. İşletmeler bunun haricinde, faaliyet gösterdikleri toplumun tüm bireylerine iyi bir yaşam ve çalışma imkânı sunacak faaliyetlere destek vermeleri ve topluma fayda sağlayarak toplumsal katma değeri yükseltmeleri, yeni iş anlayışlarının gereğidir. İşletmeler toplumun ihtiyaçlarını giderebilmek için kurulurlar. Sosyal bakımından sorumlu olan örgütler, önemli ihtiyaçları giderebilmek için liderlik rolü oynayarak ve yardımlarda bulunarak toplumlarına önemli bir farklılık sağlayabilirler (Taşlıyan, 2012: 38).

İşletmeler, sosyal sorumluluklarını yerine getirerek mal ve hizmet arz ettikleri tüketicilere değer verdiklerine dair bazı sinyaller vermektedir. Sosyal sorumluluğu fazla olan işletmelerin, mal ve hizmet tüketimine dair tüketici tercihleri ve tüketicilerin diğer tüketim tercihlerini kendi lehine çevirdikleri görülmektedir. Tüketiciler daha fazla ürün için ek ödeme yapmaya gönüllülere, işletmeler temel kâr maksimizasyonlarını gerçekleştirmek için farklı bir çaba içerisine girmeyeceklerdir. Dolayısıyla işletmelere uzun vadede sosyal sorumluluk bir araç olarak hizmet verecektir (Bakırtaş, 2005: 49).

2.9.3 Hissedarlara Karşı Sorumluluk

Hissedarlara karşı sorumlulukların başında temel unsur olarak, mali durumla ilgili göstergelerin yanıltıcı ve şeffaf olmamasının temini gelir. Aynı zamanda bu göstergeler kuruma potansiyel hissedar da çekebilmektedir. Dolayısıyla kurumun hisselerine katılım sürecinde geçen temel bilgilerin açıklık ve dürüstlük esaslarıyla iletilmiş olması gerekir (Özüpek, 2005: 63). Kurumun

gelecek için planladığı yatırım ve faaliyetlerin de aynı ilkeler doğrultusunda sunulmaları gerekmektedir (Korkmaz, 2009: 48).

Önceki yıllarda hissedarlara karşı sorumluluğun sadece kar çerçevesinde olması anlayışı zaman içerisinde değişime uğramıştır ve yönetimdeki hisse sahipleri, sosyal sorumluluk faaliyetlerinin de yapılması gerektiğini belirtmeye başlamışlardır (Glac, 2014: 34).

2.9.4 Çalışanlara Karşı Sorumluluk

İşletmelerin devamlılıklarını sağlayabilmeleri için ihtiyaç duydukları birincil paydaş çalışanlardır. İç müşteri terimi, çalışanlar olarak da tanımlanabilir. İşletmelerin asıl amacı, güvenli ve huzurlu çalışma ortamını çalışanları için sunabilmektir. Çalışanların kendilerini mutlu hissettikleri bir ortamda, daha iyi performans göstereceklerini söyleyebilmek mümkündür. Etkin ve verimli çalışanlara sahip olabilmek için; personeller arasında eşit davranmak, çalışma şartlarını iyileştirmek, iş güvenliğini sağlamak, kariyer imkânı sağlamak, çalışanların kendilerini geliştirebilmeleri için olanaklar sunmak, çalışanlara sorumluluklar ve yetkiler vermek, terfi imkânları ve adil ücretlendirme sağlamak, düşüncelerini özgürce ifade etmelerini sağlayabilmek gibi sorumluluklarını işletmelerin yerine getirmesi gerekir. Ayrıca çalışanlara karşı; şiddet, yıldırma ve baskı gibi ortamların oluşmasını engellemek de sorumlulukları arasındadır. Çalışanlara olan sorumluluklarını yerine getiren işletmelerde kalifiyeli iş gücü istihdamı ve personel bağlılığı sağlanabilmektedir (Bayraktaroğlu vd., 2009: 11).

Çalışanlara karşı sorumluluklar; maliyet olarak görülmemektedir. İnsana dayalı rekabet stratejisi benimsenmektedir. Şirketler sorumluluklarını yerine getirmezler ise; yüklü tazminatlar, piyasadaki konumunun küçülmesi ve halktan gelen desteğin çekilmesi gibi yaptırımlar uygulanır. İşletmelerin var olan durumlarını koruyabilmeleri ve pazardaki paylarını arttırabilmeleri için çalışanlara olan sosyal sorumluluklarını yerine getirmeleri gerekir (Becan, 2011: 21).

2.9.5 Müşterilere Karşı Sorumluluk

Pazar ekonomilerinde, işletmelerin başarısında etkili olan asıl unsur müşterilerdir. İşletme ile müşteri arasındaki ilişkinin temeli bir alışverişe dayanır. İşletmeler mallarını ve hizmetlerini sunarken müşteriler belli bir ücret karşılığında bu mal ve hizmeti edinmiş olurlar. Fakat bu ilişkinin dinamikleri hizmetin ve ürünün özelliklerine, kalitesine, rekabetin derecesine, fiyat ve servisin önemine göre değişmektedir. Tüketicinin gücünün zaman içerisinde artması işletmenin de

etik ve sorumlu davranmaları işletmenin rekabet avantajı yakalamasını sağlamaktadır (Kağnıcıoğlu, 2007: 25-26).

İşletmeler üretmiş oldukları mal ve hizmetleri müşterilerin istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda tasarlayıp sunmak mecburiyetindedirler. Bunu yaparken de mal ve hizmetlerinin müşterilerine zarar vermemesine, güvenli, kaliteli ve sağlıklı olmasına özen göstermeleri gerekir. İçerisinde yer aldıkları rekabet ortamında işletmeler yalnızca müşteri memnuniyeti ve müşteri tatminiyle rakiplerine fark atabilirler. Müşterilerin memnuniyetini ve tatminini sağlayan unsur ise, söz konusu işletmeyle ilgili müşterilerin geliştirmiş oldukları pozitif düşüncelerdir. Müşterilerin işletmeye güvenmeleri ve kendilerini aldatmayarak yalnızca kâr amacı gütmediklerini düşünmeleri şeklinde algıların oluşturulması ile olumlu düşünceler sağlanabilir (Alparslan, 2012: 21).

Müşterilerin korunmasına ilişkin olarak 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun 1995’de yürürlüğe girmiştir. Tüketici Haklarını Koruma Yasası’nın kabul edilmesi ile satışı yapılan ürünlerin alıcılara zarar vermemesi, tanıtımı yapılan ürünlerin reklamlarda tanıtıldığı gibi olması, satışı olacak ürünlerin fiyatının satın almayı imkânsız kılacak kadar yüksek olmaması ve ürünlerin garanti kapsamında olması sağlanmıştır. Yasal düzenlemeler ile müşterilerin bilinçlenmesi ve işletmelerin sosyal sorumluluk taşımaları sağlanmak istenmiştir (Bakırtaş, 2005: 48).

2.9.6 Rakiplere Karşı Sorumluluk

Kurumların rakiplerine karşı yapılan haksız rekabetten kaçınmaları gerekmektedir. Reklam ve fiyatlandırma uygulamalarını etik olarak yönetmek gerekir. Diğer işletmelerin zarar görmeleri durumunda tekelleşme problemleri yaşanabilir. Bu durumda tüketicilerin alım gücü düşmekte ve işten çıkarmalar ile beraber işsizlik sorunu ortaya çıkmaktadır (Pelit vd., 2009: 23).

2.9.7 Tedarikçilere Karşı Sorumluluk

Üretim yapmadan önce işletmeler makine, malzeme, hammadde gibi çeşitli gereksinimlere ihtiyaç duyarlar. Bu ihtiyaçları giderebilmek için tedarikçiler ile beraber çalışmaları gerekmektedir (Bayraktaroğlu vd., 2009: 14). İşletme ile tedarikçiler arasında karşılıklı anlayış ve sorumluluk olması gerekir (Coşkun ve Akıncı Vural, 2011: 77). İşletmelerden beklenen davranışlar; iletişimin iyi kurulması ve alınan malzemelerin karşılığında ödemenin zamanında

yapılmasıdır. Tedarikçilerin sorumluluğu ise; gecikmeye ve üretim hatasına sebep olmamaktır (Pelit vd., 2009: 23).

2.9.8 Devlete Karşı Sorumluluk

Devletin ve kamu kuruluşlarının beklentileri işletmelerin vergi ve yükümlülüklerini yerine getirmeleridir. Kazançlarından bir kısmını devlete ödemeleri gerekmektedir. Yasalarla desteklenen bu durum bir sorumluluk ve zorunluluktur. Kurumların vergi hesaplamaları ve yükümlülüklerini yerine getirmeleri konularında özen göstermeleri gerekir. Sosyal sorunların giderilmesinde de önemli bir yere sahiptir (Coşkun ve Akıncı Vural, 2011: 78).

2.10 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

Geçmişten bugüne KSS yaklaşımlarına bakıldığında zaman iki yaklaşım ile karşılaşılmaktadır. Bunlardan biri, işletmelerin hedeflerinin sadece kar olduğunu savunan klasik yaklaşımdır. Diğer de işletmelerin kar sağlamalarının dışında bazı sosyal sorumlulukları da üstlenmeleri gerektiğini söyleyen modern yaklaşımdır (Demir, 2009: 6).

2.10.1 Klasik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Klasik kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı, işletmelerin örgütsel amaçları dışında başka sorumluluklarının bulunmadığı görüşüne dayanır. Verimli olarak çalışıp kar sağlayan işletme, sosyal sorumluluğunu da gerçekleştirmiş olur. Eğer ki işletmeler, var olan ya da beklenen gelirlerini, sosyal sorumluluk için sosyal projelere yatırırlar ise, iş yaratan projelerin yatırımlarında azalma olacak ve tüketici fiyatlarında da artışlar meydana gelecektir. Böyle faaliyetlerin olması, işletmelerin gelirlerinde ciddi oranda azalmaya neden olacak ve ekonomik katkılarını olumsuz bir biçimde etkileyecektir (Çelik 2007: 76).

Adam Smith tarafından tanıtılan görünmez el yaklaşımı, Friedman'ın öncüsü olduğu klasik görüşte daha da geliştirilmiştir. Friedman'ın "İşletmelerin sosyal sorumluluğunu arttırmak" isimli makalesinde, işletmelerin değil insanların sorumluluklarının olduğunu ve işletmenin tek sorumluluğunun kar sağlamak olduğunu savunmuştur. Yöneticiler karlarını, rekabet edebilirliğini ve pazar paylarını arttırarak sosyal görevlerini yerine getireceklerdir. Böylelikle serbest pazar içerisinde pazar değeri geliştirilerek işletme çalışanlarına olan sosyal sorumluluklar da yerine getirilmiş olacaktır. Klasik açıdan KSS' nin önemli savunucusu Milton Friedman, işletmelerin asıl amaçlarının hisse sahipleri için daha fazla kazanç elde etmek ve örgütlerin dikkatini bu yöne çekmek gerektiğini

söylemektedir. Dolayısıyla sosyal sorumluluğun klasik yaklaşımı her çeşit sosyal projelerin işletmelere net bir maliyet ile geri döneceği görüşünü savunmaktadır (Demir, 2009: 6-7).

Temel açıdan Milton Friedman'ın "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits" isimli çalışmasına (1970) dayandırılmış olan aşağıda yer alan iki özellik, klasik düşünürler tarafından kendi iddialarını destekleyebilmek için öne sürülmüştür (Ay 2003: 23-25):

- Maksimum düzeyde kar sağlamak, toplumsal kaynakların çok iyi kullanıldığının göstergesidir.
- İşletmeler ekonomik amaca dayalı olarak kurulan birimlerdir ve sosyal amaçları gerçekleştirmek için çabalamazlar.

Friedman'a göre işletmeler bakımından tek hedef kar sağlamaktır ve bunun dışında farklı bir sosyal sorumluluk üstlenmek ya da bazı ahlaki değerlere önem vermek gibi durumlar söz konusu olmamaktadır. Friedman, işletmelerin sosyal bakımdan topluma yönelik sorumluluklarının yalnızca karlılıklarını arttırmak olduğunu savunsa bile bununla ilgili önemli çalışmalarda bulunmuş olan Cory uzun dönemde karlılık ve şirketin maddi ve manevi değerlerinin artmasında sosyal sorumluluk bilinci taşımanın ve etik davranmanın önemli bir unsur olduğunu düşünmektedir. Günümüzde de klasik yaklaşımdan modern yaklaşıma doğru bir yönelme görülmektedir (Şahin ve Yıldırım 2008: 56).

2.10.2 Modern Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

KSS'nin çok kapsamlı bir alan olduğunu düşünen modern yaklaşım, sosyal sorumluluğu sadece bir model ya da yardımseverlik felsefesi olarak görmemektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk bunların çok daha ilerisinde ekonomik ve çevresel boyutları olan örgütsel bir stratejiyi biçimlendirmekte ve planlayıp uygulamaya koymaktadır. Modern görüş, toplum ile örgüt arasındaki ilişkinin daha iyi devam ettirilmesini temel almaktadır. Örgüt, uzun ve kısa vadede gerçekleştirmeyi planladığı sosyal eylemlerle net getiri sağlayacaktır. Bu bakımdan sosyal sorumluluğun modern yaklaşımı örgütsel tarafların da görüşlerini ele alan bir politika geliştirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Sosyal sorumluluk projelerinin etkilerini analiz edebilmek kolay olmamaktadır. Sübjektif olmasından ötürü her işletmede değişik yaklaşımların ve görüşlerin yaratılmasına ve bunların çatışmalarına neden olabilmektedir. Çatışan görüşler olarak ise yardımseverlik duygusu ve karlılık güdüsü öne çıkabilmektedir. Bunlardan

kurtulabilmenin yolu ise, sosyal sorumluluk projelerini işletmenin içselleştirmesi ve projeleri stratejik ve yönetsel bir alan olarak tanımlamasıdır. Böyle bir yaklaşım hem çalışanlar hem de yönetenler bakımından sosyal sorumluluk projelerine olan katılımların daha iyi teşvik edilmesini sağlayacaktır (Akgeyik 2007: 71).

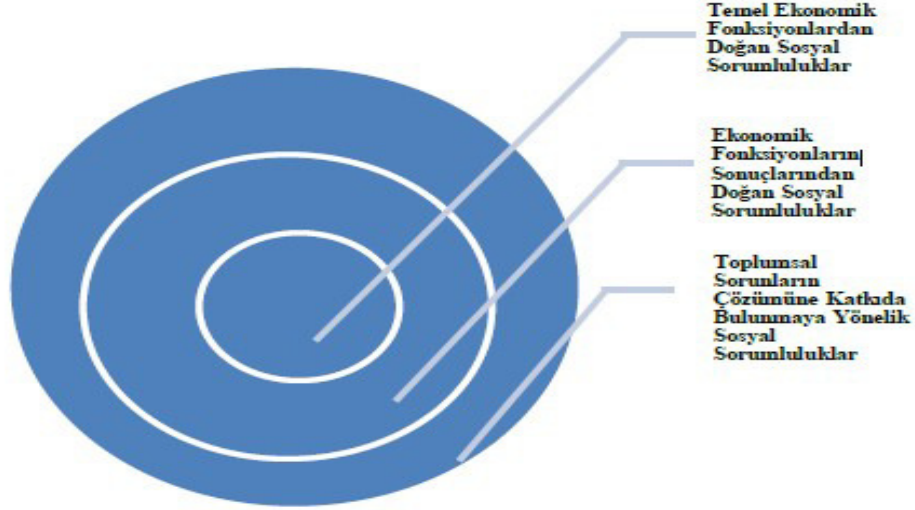
Modern yaklaşımın görüşüne göre, “şirket, toplumun hayat standartlarını ve refah seviyelerini yükseltirken, aynı zamanda kar da elde edebilecektir”. Şirketleri sosyo ekonomik kuruluş olarak görenler, sosyal sorumluluk bakımından aşağıdaki konulara değinmektedirler (Çelik 2007: 76):

- İşletmeler, sosyal hayatın ayrılmaz parçasıdır. Bu sebeple toplumsal problemler ve çözümlerde toplumun bir parçasını oluştururlar.
- İşletmeler, toplumsal problemleri ele alabilecek kaynaklara sahiptir. Fakat toplumun yardımını almadan kaynakların tamamını kullanamazlar.
- İşletme bakımından çevre çok önemlidir. Bugün topluma yatırımda bulunan işletmeler, yarının karını elde edebilecek olanlardır.
- İşletmelerin gönüllü olarak yapmadıklarını, devlet yasal zorlamalar ile gerçekleştirebilir.

2.11 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri

2.11.1 Davis ve Blomstorm’un Üç Çember Modeli

Yazarların geliştirmiş oldukları bu model içerisinde işletmelerin sosyal sorumlulukları üç çevre ile ilişkilendirilmiştir. Çemberin en iç kısmında bulunan birinci çemberde, temel ekonomik işlevlerden kaynaklanan sosyal sorumluluklar temsil edilmektedir. İkinci çemberde ekonomik faaliyetler sonucu meydana gelen sosyal sorumluluklar temsil edilmektedir. En dışta yer alan üçüncü çemberde ise toplumsal problemleri yok etmeye destek olan sosyal sorumluluklar temsil edilmektedir. Sosyal sorumluluklar, birinci çemberde kâr sağlamak, çalışma alanı yaratmak vb. olarak yer alır. İkinci çemberde, sosyal sorumluluklar firmaların faaliyetlerinden dolayı topluma ve doğaya zarar verilmemesi, çalışanların çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve geliştirilmesi bulunmaktadır. Üçüncü çemberde ise firmaların çevre kirliliği, sağlık, eğitim vb. temel konularda çözüme dayalı uygulamalar yer almaktadır (Yönet, 2005: 244).



Kaynak: Boydak, 2020: 12.

Şekil 2.5: Davis ve Blomstrom'un 3 Çember Modeli”

2.11.2 Sosyal Sorumluluk Alanlarının Sınırlandırılması Modeli

Hay, Gray ve Gates tarafından geliştirilmiş olan bu model üç ana prensipten oluşmaktadır. İlki, bir yöneticinin organizasyonunun iç çevre, sosyal çevre ve ana çevreyle olan ilişkilerinde oluşan sosyal problemlerin bilincinde olmasıdır. İç çevre, işletme içerisindeki araç, gereç ve çalışanların birbiri ile olan ilişkilerini temsil etmektedir. Sosyal çevre, işletmenin içerisinde yer aldığı toplumsal ve kültürel değerleri temsil etmektedir. Ana çevre ise, işletme-sendika ilişkisi, dini ve etnik grupların yeri, aynı grupta bulunan bağımsız işletmelerin ilişkilerini temsil etmektedir. Böylece işletmenin üç temel sosyal sorumluluk alanı bulunmaktadır. İşletmenin her üç çevresi ile olan etkileşimi sonucunda bazı sosyal yükümlülüklerin meydana geldiğini bilmesi ve bunları kendi rızası ile yerine getirmesi, firmaların var olma amacına da hizmet etmektedir. İkinci prensip, işletme yöneticisinin toplumsal sorunların çözümünde, işletmenin de sorumlu olduklarının bilincinde olmasıdır. Üçüncü prensip ise, işletme yöneticisinin karşı karşıya kaldığı toplumsal problemlerin çözümünde elinde bulunan tüm kaynakları kullanmaya kararlı ve istekli olmasıdır. Böylece, bu model kısaca bilinçlilik, kararlılık ve istek olarak ifade edilebilir. İşletmenin çevre ile olan ilişkileri değerlendirildiğinde, tüm sosyal sıkıntıların çözümünün işletmelerden beklenmesi olanaksızdır (Boydak, 2020: 13).

Robert D. Hay ve arkadaşları bu fikirden yola çıkarak, sosyal sorumluluğun firmalar tarafından daha kolay tespit edilecek özelliklerini

belirlemek için işletmelerin sorumluluk alanlarının sınıflandırmasını yapmışlardır. Yapılan çalışmada; işletmelerin üretim faaliyetleri sonucunda su, hava, gürültü ve katı atıklar vb. unsurların etkisi ile oluşan çevre kirliliği; aldatıcı reklam ve sağlığa zararlı ürünlere karşı tüketicilerin korunması; suçlu, özürlü ve azınlık grupların istihdamı gibi toplumsal problemler olarak sınıflandırma yapmak mümkündür (Boydak, 2020:13).

2.11.3 Sosyal Performans Modeli

Sosyal bakımdan duyarlı işletmelerin sosyal performansa önem verecekleri esasına dayanır. Sosyal performans ifadesi, toplumun değişen beklentilerinin analize tabi tutulup sosyal isteklerine cevap verebilmek için sistematik bir tavır belirlemeyi ve sosyal sorunlara uygun çözümler sunmayı ifade eder (Stoner ve Freeman, 1989: 114).

Sosyal sorumluluk amaç, uygulama ve strateji olarak üç adımda ele alınacaktır. İlk adımda, sosyal sorumluluk tanımlanmıştır. Bu tanımlamaya göre; şirketlerin sosyal sorumluluğu, toplumun şirketlerden beklentilerinin önemli bir kısmıdır. Bu aşamada, daha önce kabul gören ahlaki, yasal ve iktisadi özellikli beklentilere firmaların kendilerini tanımlama biçiminin dördüncü faktör olarak eklendiği görülmüştür. İlave edilen bu modeli kabul edenler ekonominin giderek sosyalleştiğini, iş hayatında sorumluluklarının çoğaldığını, şirketlerin şahsi çıkarlarının yanında halkın refah seviyesini geliştirmede ve korumada önemli bir sorumluluğa sahip oldukları söylenebilir. Bu durum, iş adamlarının görevlerini kavrayabilmesi olarak da değerlendirilmektedir (Özüpek, 2013: 80).

İkinci adım, sosyal sorumluluğun uygulandığı alanların tespitiyle alakalıdır. Şirketlerde sosyal sorumluluk faktörü finansal getirilerin etkili kullanılmasından iş etiğine, verimlilikten fiyat politikalarına, fiyatlandırmadan devlete vergi vermeye, nitelikli mal ve hizmet üretmekten çocuklara kreş açmaya kadar kapsamlı anlamlar oluşturduğu bilinir. Şirketler sosyal sorumlulukla alakalı alanları belirlerken, ana unsurun kendi konumlarını korumaya ve devam ettirmeye dayalı stratejiler ile doğrudan alakalı olduğunu hatırlamaları gerekir (Özüpek, 2013: 81).

Üçüncü adım, firmaların sosyal sorumluluk stratejilerini belirlemeleriyle alakalıdır. Yeni tutumların kazanılması, yeni ifadelerin oluşturulması, yeni politika ve eylem çerçevesinde strateji oluştururken, karşılaşılan sorunların

çözümü konusunda nasıl bir yöntem izlediklerini de ortaya koymaktadır (Bayrak, 2001: 127).

2.11.4 Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli

Robert W. Ackerman'ın geliştirdiği modelde, üç aşama bulunmaktadır. Ackerman'a göre firmaların sosyal gayretlerinin asıl amacı, sorumluluk yerine duyarlılık olması gerekmektedir. Modelin aşamaları aşağıda yer almaktadır (Boydak, 2020: 15):

- **Sosyal Sorumlulukların Politika Aşaması;** Bu aşamada firma, bağlı olduğu sosyal çevrenin hangi talep ve isteklerine öncelik tanıyacağı konusunda karar vermeye çalışmaktadır. Firma, belirlenen sosyal problemlerle ilgili nasıl bir dönüşüm geçirmesi gerektiğini ve nasıl bir tavır sergileyeceklerini de bu aşamada belirlemeye çalışır. Organizasyonlar, belirlenen sosyal problemlerle alakalı nasıl bilinçlenmeleri gerektiğini ve nasıl bir tutum sergilemeleri gerektiğini bu aşamada belirlemeye çalışır. Sosyal bir sorunun belirlenmesi durumunda, herhangi bir çıkar grubunun bu aşamada firmadan bir müdahale ya da yardım istemeyeceklerini fark ederek, toplum içerisinde mevcut sorunla alakalı olarak firmanın takip edeceği politikalarla ilgili sözlü ve yazılı bir rapor oluşturmaktadır. Üst yönetim tarafından belirlenen sosyal sorumluluk politikaları, daha sonraları için firmalar tarafından takip edilecek sosyal sorumluluk projelerine yol çizmektedir.
- **Sosyal Sorumlulukların Öğrenme Aşaması;** Firmalar toplumun sosyal problemleri ile ilgilenmek, var olan problemleri araştırmak ve problemlerin çözüm evrelerini öğrenebilmek için konu hakkında bilgisi olan personeli ya da gerekli olması halinde dışarıdan bir danışmanı çalıştırarak konuya verdiği önemi göstermeye çalışır. Bu aşamaya kadar firma, sosyal sorumlulukların belirlenmesine dair niyetini belirleme ve oluşturmuş olduğu stratejiyle alakalı politikalarına yön verme isteği sebebiyle kendisine sınır koymaktaydı. Firma ilk başta sosyal bir sorunun tespitini yaptıktan ve sosyal sorumluluklarla alakalı genel politikalarını faaliyet gösterdikleri çevreyle beraber sahiplendikten sonra, sosyal sorunlarına nasıl bir çözüm bulup, nasıl bir politika belirleyeceğini ve nasıl bir çalışma gerçekleştireceği konularında sosyal sorumlu firmanın davranışını kabullenmeye ve öğrenmeye çalışmaktadır.

- Sosyal Sorumlulukların Örgütsel Yükümlülük Aşaması; Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin işletmelerde uygulamaya konulmasıdır. Yeni sosyal politikasını işletmenin bu aşamada kurumsallaştırması gerekir. İlk iki aşamada öğrenilen yöntem ve politika, işin bir modülü ve doğal bir parçası olarak görülmelidir. İşletme organizasyonunun her bir seviyesinde görevde bulunanlar tarafından öncelikli olarak benimsenip uygulamaya geçirilmesi gerekmektedir.

2.11.5 Philip Kotler'in 6 Seçenek Modeli

Philip Kotler'in geliştirdiği bu modelde sosyal sorumluluk kavramı altı bölüme ayrılmıştır. Bu bölümler şu şekildedir (Kotler ve Lee, 2008: 23-24-25);

- Birinci bölüm sosyal amaç teşvikleridir. Bir kurum, sosyal bir amaç üzerindeki farkındalığı ve ilgiyi arttırmak ya da sosyal bir amaç için fon toplamaya, bağış yapmaya ya da gönüllüler bulmaya destek vermek için fon, mal ve hizmet katkıları ya da diğer kurumsal kaynakları sağlamaktadır.
- İkinci bölüm sosyal amaçla bağlantılı pazarlamadır. Bir kurum, ürün satışından elde edilen gelirin bir kısmını bir amaç için harcar veya o amaca katkı sağlar.
- Üçüncü bölüm kurumsal sosyal pazarlamadır. Bir kurum, halk sağlığını, halkın güvenliğini, çevre veya toplum refahını iyileştirmeyi amaç edinen bir davranış değiştirme kampanyasının uygulamaya konulmasına ya da geliştirilmesine destek sağlamaktadır.
- Dördüncü bölüm kurumsal hayırseverliktir. Bir kurum bir hayır derneği ya da sosyal bir amaca, genellikle bağış, hibe veya ayni hizmetler olarak direkt katkıda bulunur.
- Beşinci bölüm toplum gönüllülüğüdür. Bir kurum çalışanlarını, acente üyelerini veya perakende ortaklarını, yerel toplum örgütlerini ve sosyal amaçları desteklemek için gönüllü olarak zaman ayırır.
- Altıncı bölüm iş uygulamalarıdır. Bir kurum, çevreyi korumak ve toplumun refah seviyesini arttırmak için toplumsal hedefleri destekleyen ve gönüllülüğü esas alan yatırım ve iş uygulamalarını benimser ve yürütür.

2.12 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulama Yöntemleri

2.12.1 Sivil Toplum Kuruluşu ile Ortaklık

Sivil toplum kuruluşları genellikle toplumun etkin olan kurumlarındandır. Değişim konularında esnek ve lider, toplumsal olarak etkileme gücü yüksek olan kuruluşlardır. Birçok alanda faaliyetlerini geliştirmeleri, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerde sivil toplum kuruluşları vasıtasıyla sağlanmaktadır. Farklı alanlarda küresel düzeyde aktif sivil toplum kuruluşlarının bulunduğu ve çoğaldığı görülmektedir. Gönüllülüğün esas alındığı bu kurumların faaliyetleriyle toplumsal yapının gelişimine katkı sağlanmaktadır (Akdemir vd., 2003: 23).

Son zamanlarda bilinçli tüketici sayısı giderek çoğalmakta ve bireyler bazı ölçütlere göre örgütlenmektedir. İşletmeler için bu organizasyonlar bazen kural koyucu bazen de yol gösterici durumundadır. Böyle etkili bir çevre göz ardı edilmemelidir (Bayraktar, 2014: 40).

Sivil toplum kuruluşları ile işletmelerin yürüttüğü KSS kampanyaları arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki, işbirliği olarak literatürlerde geçmektedir. Bahsi geçen ilişkinin iyi planlanıp yönetilmesi durumunda sivil toplum kuruluşları ve özel işletmelere yarar sağlanacaktır (Ciğerdelen, 2006: 140-141).

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında paydaşlarının değerini anlayan firmalar; çalışanlar, çalışanların aileleri ve iştiraklerinin yanında özellikle sivil toplum kuruluşları ile işbirliğinde bulunarak daha uzun vadeli ve yüksek katılım sağlayan faaliyetler gerçekleştirmektedir. İş birliği gönüllülük temeline dayanan bir uygulama olsa bile tarafların konuyu dikkatle değerlendirmeleri gerekmektedir. Bu süreç içerisinde işletmeler ekonomik güçlerini ortaya koyarken; sivil toplum kuruluşları daha çok itibarlarını, tecrübelerini ve kimliklerini projelere ortak etmektedirler. Bu aşamada atılacak yanlış bir adım tarafların tümü için önemli kayıplar vermesine neden olacaktır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ülkemizde ve tüm dünyada ciddi şekilde ele alınıp değerlendirilmekte ve olumlu örnekler çıkartılmaktadır (Fidan ve Şentürk, 2017: 42).

Firmalar herhangi bir tecrübe, bilgi, eğitim ve geliştirme programına gereksinim duymadan daha çok sorumluluk üstlenmek istemektedir. Sivil toplum kuruluşları ise uluslararası anlamda aktif olmaya başlamıştır. Ancak projelerini sürekli olarak uygulayıp sürdürebilecekleri imkânlarla ve kaynaklara sahip

değillerdir. Bu nedenden dolayı işletmeler ile sivil toplum kuruluşlarının işbirliğinde bulunarak sorunlarına ortak çözümler bulması gün geçtikçe daha çok tercih edilmeye başlamıştır (Damlamian, 2006: 5). Firmaların sivil toplum kuruluşlarıyla çalışmak istemelerinin farklı bir sebebi de ortaklık yapısının kurumun imajını kaybetmesine sebep olabilecek anlaşmazlıkları engellemesidir (Reichel ve Rudnicka, 2009: 127). Sivil toplum kuruluşları işbirliğinde sadece strateji, deneyim ve bilgilerini değil toplumun kendine olan güveni ve itibarını da paylaşmaktadır (Fidan ve Şentürk, 2017: 46-47).

2.12.2 Doğrudan Amaca Yönelme

Doğrudan sosyal faydaya yönelme, işletmelerin sosyal içerikli gelişmeleri sivil toplum kuruluşları ortaklığı olmaksızın tek başına üstlenip sosyal faydayı elde etmesidir. Kurumun sosyal amaca yönelirken destek almamasının iki nedeni bulunur. Biri kampanyanın tüm haklarının kuruma ait olmasıdır. İkincisi, projenin sivil toplum kuruluşlarınca gölgelenmesinin ortadan kaldırılmasıdır (Tosun, 2003: 70).

Büyük miktarda alt yapı, bütçe ve örgütlenmeye sahip işletmeler, markalarının itibarlarını güçlendirebilmek için sosyal amaca tek başlarına yönelmek isterler. Sosyal amaca tek başına yönelen işletmeler, sosyal projeleri tek başlarına yaptıklarından dolayı farklı kuruluşlarla ortaklık geliştirmek istemezler. Aynı zamanda proje iyi uygulandığında, firmanın başarısı tamamıyla firmaya ait olur. Bu da firmanın bilinirliğinin ve imajının arttırılması bakımından önemlidir (Tosun, 2003: 70).

2.12.3 Karma Yöntem

İşletmelerin karma metot yöntemi ile gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk projeleri, tek başına sosyal amaca yönelmenin ya da sivil toplum kuruluşları ile işbirliğinde bulunmanın arası bir yerde bulunmaktadır. Böylece işletme, işine bağlı ve donanımlı bir grup çalışan ile hizmette bulunan sivil toplum kuruluşu belirleyerek, toplumsal projelere destekte bulunmakta veya resmi derneklerin dikkatini çekmediği bir proje ve bütçe belirleyip, kampanya oluşturma, markanın gelişmesi açısından dikkat çekip dernek kurulması sağlanabilmektedir. Üçüncü ihtimal olarak ise, büyük bir sivil toplum kuruluşuyla ortak nitelikli bir proje ortaya koymaktadır (Cömert ve Sağır, 2013: 240).

Toplumsal katkıda bulunmaya yönelik projenin seçilmesinde, iş ortaklarının ve iş birliği yapılacak sivil toplum kuruluşlarının imajı ve önceden

uygulamış oldukları projelerde hedefe varma çabaları yok sayılamaz. İşbirliğinde bulunurken en önemli ve dikkat edilmesi gereken nokta, şeffaf ve kurumsallaşan kurumlar ile iş birliğinde bulunmaktır (Aydede, 2007: 55).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN BANKALARIN PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ANALİZİ

3.1 Veri Seti ve Model

Çalışmada 2015-2022 dönemi için Türkiye bankacılık sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk düzeyinin bankacılık performansı üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda konvansiyonel ve katılım bankaları açısından kurumsal sosyal sorumluluk düzeyinin performans üzerindeki etkisinin karşılaştırılması amacıyla 10 konvansiyonel banka ve 5 katılım bankası olmak üzere toplam 15 banka dikkate alınmıştır. Çalışmada yer alan bankaların verileri TBB ve TKBB’ de bulunan yıllık faaliyet raporlarındaki bilançolardan elde edilmiştir. TBB ve TKBB’ den ulaşılamayan yıllar için ise bankaların kendi sitesinde yer alan faaliyet raporlarından verilerin bilançoları elde edilmiştir.

Aktif büyüklüğüne göre ilk on konvansiyonel banka ve beş katılım bankası çalışmada yer almaktadır. Konvansiyonel bankalar; Ziraat Bankası, Vakıfbank, İş Bankası, Halkbank, Garanti Bankası, Yapı Kredi, Akbank, QNB Finansbank, Denizbank, TEB olarak yer almaktadır. Katılım bankaları; Ziraat Katılım Bankası, Vakıf Katılım Bankası, Kuveyt Türk Katılım Bankası, Albaraka Türk Katılım Bankası, Türkiye Finans Katılım Bankası olarak çalışmada yer almaktadır.

Bu çalışmanın pratik çıkarımları olsa da bazı sınırlamaları da mevcuttur. İlk olarak, çalışmada kullanılan veriler faaliyet raporlarından yıllık bazda alınmıştır. Araştırmaların daha da geliştirilmesiyle, farklı kitle iletişim araçları gibi birçok kaynağa başvurulabilir. İkinci olarak, Batılı ülkelere göre Türkiye’de bankacılık sektörünün KSS geçmişi uzun değildir. Dolayısıyla yeni görüşler elde edebilmek bakımından zaman çizelgesini uzatma imkânı bulunmamaktadır. Bu problem, çalışmanın veri setini sınırlandırmaktadır.

Tablo 3.1’de analizde kullanılan değişkenlerle ilgili açıklamalar bulunmaktadır.

Tablo 3.1: Değişkenlere İlişkin Açıklamalar

Değişkenler	Açıklamaları	Kaynak
Konvansiyonel Bankalar		
Sosyal Sorumluluk Düzeyi Göstergeleri		
CS	Bankalarda çalışan personel sayısı	Türkiye Bankalar Birliği
OV	Bankalar tarafından ödenen vergi	Türkiye Bankalar Birliği
SSYL	Sosyal sorumluluk kullanım sayısı	Türkiye Bankalar Birliği
Banka Performans Göstergeleri		
KR	Net karlılık	Türkiye Bankalar Birliği
FZ	Net faiz geliri/gideri	Türkiye Bankalar Birliği
TV	Toplam varlıklar	Türkiye Bankalar Birliği
Değişkenler	Açıklamaları	Kaynak
Katılım Bankaları		
Sosyal Sorumluluk Düzeyi Göstergeleri		
CS	Bankalarda çalışan personel sayısı	Türkiye Katılım Bankalar Birliği
OV	Bankalar tarafından ödenen vergi	Türkiye Katılım Bankalar Birliği
SSYL	Sosyal sorumluluk kullanım sayısı	Türkiye Katılım Bankalar Birliği
Banka Performans Göstergeleri		
KR	Net karlılık	Türkiye Katılım Bankalar Birliği
FZ	Net kar payı geliri/gideri	Türkiye Katılım Bankalar Birliği
TV	Toplam varlıklar	Türkiye Katılım Bankalar Birliği

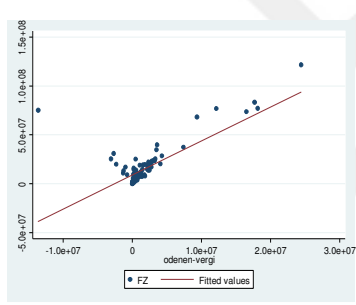
Not: Net kar payı geliri/gideri (Katılım bankaları için), Net faiz geliri/gideri (Konvansiyonel bankalar için)

Bankacılık sektöründe sosyal sorumluluk göstergeleri ve performans göstergeleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak açıklanması amacıyla aşağıdaki modeller oluşturulmuştur. Bankacılık performansı ve sosyal sorumluluk göstergelerine ilişkin değişkenler logaritması alınarak analizlere dahil edilmiştir. Modellerde t indeksi zamanı göstermektedir ve 2015-2022 dönemini kapsamaktadır. i indeksi ise yatay kesiti yani bankaları göstermektedir. Konvansiyonel ve katılım bankaları olmak üzere toplam 15 bankayı kapsamaktadır.

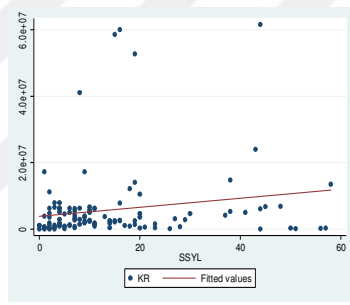
$$\textbf{Model 1} \quad KR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CS_{it} + \beta_2 OV_{it} + \beta_3 SSYL_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$\textbf{Model 2} \quad FZ_{it} = a_0 + a_1 CS_{it} + a_2 OV_{it} + a_3 SSYL_{it} + \varepsilon_{it}$$

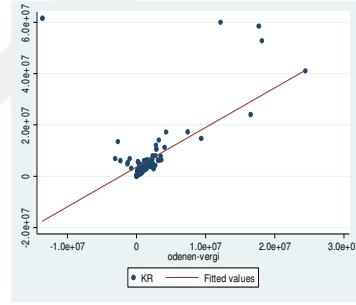
$$\textbf{Model 3} \quad TV_{it} = \delta_0 + \delta_1 CS_{it} + \delta_2 OV_{it} + \delta_3 SSYL_{it} + \varepsilon_{it}$$



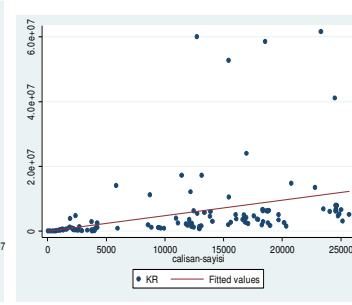
a. Çalışan sayısı-Net kar



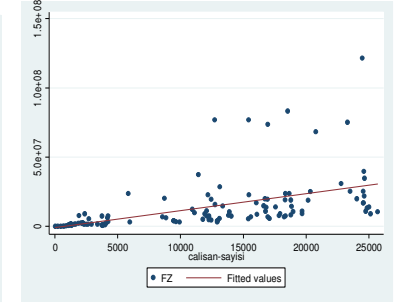
b. Ödenen vergi-Net kar



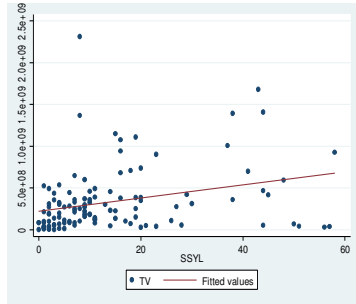
c. SSYL-Net kar



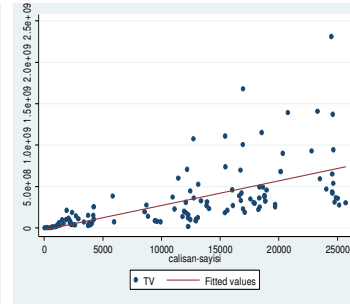
d. Çalışan sayısı- Net faiz



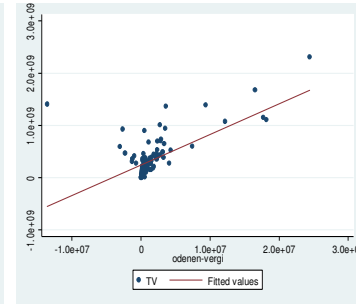
e. Ödenen vergi-Net faiz



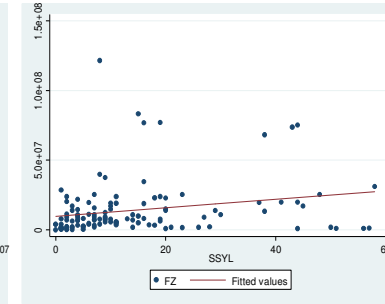
f. SSYL-Net faiz



g. Çalışan sayısı-Toplam varlık



h. Ödenen vergi-Toplam varlık.



i. SSYL-Toplam varlık

Şekil 3.1: Sosyal Sorumluluk Düzeyi Göstergeleri ile Bankacılık Sektörü Performansına İlişkin Dağılıma Grafikleri

Şekil 3.1’de ele alınan konvansiyonel ve katılım bankaları açısından bankacılık sektöründe sosyal sorumluluk göstergeleri ile bankaların performans göstergeleri arasındaki dağılım grafikleri yer almaktadır. Şekil 3.1 incelendiğinde bankacılık sektöründe sosyal sorumluluk göstergeleri ile bankaların performans göstergeleri arasında pozitif ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 3.2’de değişkenlerle ilgili tanımlayıcı istatistikler gösterilmektedir.

Tablo 3.2: Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler		Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Tüm Bankalar					
KR	overall	5744665	1.11E+07	11982	6.15E+07
	between		4921931	334949.8	1.35E+07
	within		1.01E+07	-4640790	5.38E+07
FZ	overall	1.39E+07	1.96E+07	10068	1.21E+08
	between		1.08E+07	1725145	3.56E+07
	within		1.65E+07	-1.11E+07	9.98E+07
TV	overall	3.31E+08	3.82E+08	548753	2.31E+09
	between		2.59E+08	5.15E+07	8.63E+08
	within		2.87E+08	-2.29E+08	1.78E+09
CS	overall	11983.89	7861.483	35	25697
	between		8068.55	1108.5	24780
	within		728.647	10071.14	13896.14
OV	overall	1482579	4060016	-1.36E+07	2.44E+07
	between		2078677	-3234523	5447792
	within		3523777	-8862162	2.05E+07
SSYL	overall	13.875	14.33545	0	58
	between		12.62677	1.625	41.75
	within		7.446377	-14.5	34.125
Konvansiyonel Bankalar					
KR	overall	8065718	1.30E+07	705772	6.15E+07
	between		4398919	2413948	1.35E+07
	within		1.23E+07	-2319737	5.61E+07
FZ	overall	1.95E+07	2.18E+07	3074161	1.21E+08
	between		8724066	6427590	3.56E+07
	within		2.01E+07	-5587249	1.05E+08
TV	overall	4.58E+08	4.09E+08	1.56E+07	2.31E+09
	between		2.24E+08	1.27E+08	8.63E+08
	within		3.49E+08	-1.02E+08	1.91E+09
CS	overall	16690.5	4970.44	8572	25697
	between		5141.221	9263	24780
	within		784.3533	14777.75	18602.75
OV	overall	2033933	4867871	-1.36E+07	2.44E+07
	between		2381676	-3234523	5447792
	within		4304231	-8310807	2.10E+07
SSYL	overall	13.9625	13.07083	0	58
	between		11.39217	3.5	41.75
	within		7.250164	-1.7875	34.2125

Tablo 3.2 (devamı): Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler		Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Katılım Bankaları					
KR	overall	1102560	2335828	11982	1.40E+07
	between		919606.9	334949.8	2698218
	within		2182247	-1150977	1.24E+07
FZ	overall	2808783	4098721	10068	2.38E+07
	between		1919013	1725145	6189233
	within		3711857	-1911638	2.04E+07
TV	overall		7.74E+07	548753	3.85E+08
	between	7.67E+07	3.60E+07	5.15E+07	1.40E+08
	within		7.02E+07	-2.09E+07	3.22E+08
CS	overall		1487.658	35	5958
	between	2570.675	1497.219	1108.5	4553.25
	within		611.4013	1441.925	3975.425
OV	overall		652579.2	1723	3252969
	between	379869.4	283438.9	88582.38	853744.8
	within		599951.3	-295704	2779094
SSYL	overall		16.76107	0	57
	between	13.7	16.30821	1.625	39.375
	within		7.919062	-14.675	31.325

Tablo 3.2'de yer alan sonuçlar incelendiğinde, bankacılık performans göstergeleri açısından konvansiyonel bankaların ortalama net karlılık, net faiz ve toplam varlık düzeylerinin katılım bankalarına göre daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Sosyal sorumluluk göstergeleri açısından incelendiğinde, benzer şekilde, konvansiyonel bankalara ilişkin ortalama bankalarda çalışan personel sayısı, bankalar tarafından ödenen vergi miktarı ve sosyal sorumluluk kullanım sayısı düzeylerinin katılım bankalarına kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Riski ifade eden standart sapma değerleri dikkate alındığında, bankacılık performans göstergeleri açısından konvansiyonel bankaların kendi içindeki kırılganlığın, bankalar arasındaki kırılganlıktan daha düşük olduğu görülmektedir. Benzer sonuç, katılım bankaları için de geçerlidir. Bununla birlikte gerek konvansiyonel bankalar gerekse katılım bankaları için sosyal sorumluluk göstergeleri açısından bankalar içi kırılganlık bankalar arasındaki kırılganlıktan daha yüksektir.

3.2 Metodoloji

3.2.1 Kısa *T* Dinamik Panel Veri Modelleri (Short *T* Dynamic Panel Data Models)

Panel veri analizinde, açıklayıcı değişken olarak gecikmeli bağımlı değişkenlerin modelin içerisine eklenmesi halinde, katı dışsallık varsayımı geçerli olmamaktadır.

Zaman boyutu T küçük, yatay kesit birimi N büyük olan panel veri modelinde sabit etkiler modeli spesifikasyonu altında en fazla olabilirlik tahmincilerinin tutarlılık özelliklerini kaybettikleri görülür. Sorunu çözebilmede kullanılan model ise dinamik panel veri modelleridir.

ARDL(1,0) modeli ele alındığında,

$$y_{it} = \alpha_i + \lambda y_{i,t-1} + \beta' x_{it} + u_{it}, \quad i = 1, 2, \dots, N; t = 1, 2, \dots, T \quad (1)$$

Bahsi geçen k boyutlu açıklayıcı değişken vektörü olan x_{it} 'nin katı dışsal olduğu varsayılmıştır ve $E(u_{it}|x'_{it}) = 0$. α_i birim etkilerini göstermektedir. λ gecikmeli bağımlı değişken katsayısını gösteren skalar, β k boyutlu katsayı vektördür. $|\lambda| < 1$ olması durumunda, y_{it} 'nin dinamik süreci durağan olmaktadır.

Bağımlı değişkenin gecikmeli değerleri bağımsız değişken olursa iki sorun ortaya çıkar. Birinci sorun, $y_{i,t-1}$ 'in bundan sonra katı dışsal regresör şeklinde görülmemesidir. Gecikmeli bağımlı değişken $y_{i,t-1}$ birim etkiler α_i ile ilişkilidir. Diğer sorun, T 'nin küçük olması durumunda başlangıç değeri y_{i0} 'ın y_{it} üzerinde bulunan sifıra eşit olmayan etkilerden kaynaklanıyor olmasıdır.

$$y_{it} = \lambda^t y_{i0} + \sum_{j=0}^{t-1} \lambda^j \beta' x_{i,t-j} + \frac{1 - \lambda^t}{1 - \lambda} \alpha_i + \sum_{j=0}^{t-1} \lambda^j u_{i,t-j} \quad (2)$$

Bağımlı değişken üzerinde yer alan gözlemlerin her biri 4 bileşenin toplamı olarak değerlendirilebilir. İlk gözleme bağlı bir terim, dışsal değişkenlerin geçmiş ve cari değerlerine bağlı bir bileşen, birime özgü etkilere, α_i , bağlı olan sabit terimin ve artıkların geçmiş değerlerindeki hareketli ortalama terimidir. Başlangıçta, y_{it} , α_i ve başlangıç değerleri y_{i0} 'a bağılıdırlar ve λ 1'e yaklaştığı veya T 'nin küçük olduğu durumda başlangıç değerlerinin etkisi ortadan kalkmamaktadır. Bu durumda, başlangıç gözlemleri ile ilgili olan varsayımlar tahmincilerin özelliklerinin belirlenmesinde önemli rol oynarlar.

Başlangıç değerlerinin genel ortalamayla dağılımdan rassal olarak türetildiği varsayılabilir:

$$y_{i0} = \mu + \epsilon_i \quad (3)$$

Burada ϵ_i 'nin α_i ve u_{it} 'den bağımsız olduğu varsayılmıştır. y_{i0} birim özgü etkilere (α_i) ve regressör değişkenin zaman ortalamasına bağlıdır.

$$y_{i0} = \frac{\alpha_i + \beta' \bar{x}_i}{1 - \lambda} + \epsilon_i \quad (4)$$

Burada ϵ_i , α_i 'den bağımsızdır (Pesaran,2015:666-667).

3.2.1.1 Geleneksel Tahmincilerin Uyumsuzluğu

T'nin küçük olması durumunda, rassal etkiler ile sabit etkiler tahmincisi sapmalıdır. Bunun sebebi ise, hem rassal hem de sabit etkiler tahmincisinin y_{it} 'nin birime özgü zaman ortalamasından $\bar{y}_i$ sapmasını içeriyor olmasıdır. Bu yüzden, gecikmeli bağımlı değişkenlerin varlığında, ortalaması arındırılmış olan operatör, hata terimi ile açıklayıcı değişkenler arasındaki (1/T)'inci dereceden korelasyonu ifade etmektedir. Dışsal değişkenlerin bulunmadığı dinamik model değerlendirildiğinde:

$$y_{it} = \alpha_i + \lambda y_{it-1} + u_{it} \quad (5)$$

Burada y_{i0} 'ın verildiği, $|\lambda| < 1$ ve $u_{it} \sim IID(0, \sigma_u^2)$ olduğu varsayılmaktadır.

λ 'nın sabit etkiler tahmincisi için;

$$\hat{\lambda}_{FE} - \lambda = \frac{\frac{1}{NT} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T (y_{i,t-1} - \bar{y}_{i,-1})(u_{it} - \bar{u}_i)}{\frac{1}{NT} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T (y_{i,t-1} - \bar{y}_{i,-1})^2} \quad (6)$$

Sabit T ve $N \rightarrow \infty$ iken,

$$Plim_{N \rightarrow \infty}(\hat{\lambda}_{FE} - \lambda) = \frac{\lim_{N \rightarrow \infty} \frac{1}{NT} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T E[(y_{i,t-1} - \bar{y}_{i,-1})(u_{it} - \bar{u}_i)]}{\lim_{N \rightarrow \infty} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T E[(y_{i,t-1} - \bar{y}_{i,-1})^2]} \quad (7)$$

Bu sapma Nickell sapması olarak da isimlendirilmektedir.

$|\lambda| < 1$ olduğu varsayıldığında ise,

$$Plim_{N \rightarrow \infty}(\hat{\lambda}_{FE} - \lambda) = -\frac{(1 + \lambda)}{T} + O(T^{-2}) \quad (9)$$

Bu, $1/T$ 'inci dereceden Nickell sapmasıdır. Yalnızca $T \rightarrow \infty$ olması durumunda ortadan kalkmaktadır. $\lambda \geq 0$ olması durumunda, sapma negatiftir (Pesaran, 2015: 678-679).

3.2.1.2 Enstrumental Değişkenler ve Genelleştirilmiş Momentler Metodu (GMM)

Burada Genelleştirilmiş Momentler Metodu' nun ana yapısı olan ekonometrik teori ele alınacaktır.

3.2.1.2.1 Anderson ve Hsiao

Aşağıda yer alan model ele alındığında:

$$y_{it} = \lambda y_{i,t-1} + \beta' x_{it} + v_{it} \quad (10)$$

$$v_{it} = \alpha_i + u_{it} \quad (11)$$

Burada $\alpha_i \sim IID(0, \sigma_\alpha^2)$ ve $u_{it} \sim IID(0, \sigma_u^2)$ olduğu varsayılmıştır. Birim özgü etkilerin elimine edilebilmesi için birinci dereceden farklarının alınması durumunda;

$$\Delta y_{it} = \lambda \Delta y_{i,t-1} + \beta' \Delta x_{it} + \Delta u_{it} \quad (12)$$

Burada α_i elimine edilmiş durumdadır.

$$E(\Delta y_{i,t-1} \Delta u_{it}) = E(\lambda \Delta u_{i,t-1} \Delta u_{it}) \neq 0 \quad (13)$$

Bu yüzden, (12) numaradaki birinci dereceden farkı alınmış olan modelin EKK yöntemiyle tahmin edilmiş olması, tahmincilerin tutarsız olmalarına yol açacaktır. Aynı zamanda, u_{it} serisel açıdan ilişkisiz olsa bile Δu_{it} zaman içerisinde ilişkili olacaktır.

$\Delta y_{i,t-1}$ ve Δu_{it} arasında bulunan korelasyon sorununun üstesinden gelebilmek amacıyla, Anderson ve Hsiao (1981) araç değişken (IV) yaklaşımını

önermiştir. $E(\Delta y_{i,t-2} \Delta u_{it}) = 0$ olmasından dolayı, $y_{i,t-2}$, $\Delta y_{i,t-1}$ için geçerli bir araç değişken olmaktadır. Çünkü u_{it} serisel açıdan ilişkisiz olduğu müddetçe $\Delta y_{i,t-1}$ ile ilişkili olmaktadır ve Δu_{it} ile ilişkili değildir.

Araç değişken yöntemindeki modelde parametreler tutarlı olmalarına rağmen etkin değildirler. Çünkü var olan moment koşullarının tümünü kullanmazlar. Aynı zamanda, araç değişken yöntemi dönüştürülmüş hatalar üzerinde bulunan korelasyon yapısını ele almamıştır. Alvarez ve Arellano (2003) tarafından da ifade edildiği gibi, birinci dereceden farkı alınmış olan hatalardaki korelasyonun göz ardı edilmiş olması araç değişken tahmincilerinin de tutarsızlığına neden olmaktadır (Pesaran, 2015: 681-682).

3.2.1.2.2 Arellano ve Bond

Arellano ve Bond (1991), y_{it} 'nin gecikmeli değerleriyle v_{it} artıklar arasında ortogonalite şartının bulunması halinde dinamik panel veri modellerinde ilave araç değişkenlerinde sağlanmış olacağını söylemişlerdir. Bu yüzden, var olan moment koşullarının tümüne dayalı olan GMM yaklaşımını da kullanmalarını önermiştir. (12) numaradaki eşitlikten aşağıda yer alan ifade yazılmıştır:

$$y_{iT} - y_{i,T-1} = \lambda(y_{i,T-1} - y_{i,T-2}) + \beta' \Delta x_{iT} + \Delta u_{iT} \quad (14)$$

Burada araç değişken sayısı $y_{i1}, y_{i2}, \dots, y_{i,T-2}$ olarak yer almaktadır. İlave bir geçerli araç değişken, ilave zaman periyodunun her birine eklenmektedir. Uygun araç değişkenler Δx_{iT} için kendileri olmaktadır. Çünkü x_{iT} 'nin katının dışsal olduğu varsayılır. Toplam $T(T-1)/2$ araç değişken bulunmaktadır.

Dönüştürülmüş artıklarda serisel korelasyonun üstesinden gelebilmek için Arellano ve Bond (1991) GMM yöntemi kullanılmıştır.

$$\Delta y_i = \lambda \Delta y_{i-1} + \Delta X_i \beta + \Delta u_i \quad (15)$$

Burada

$$\Delta \mathbf{y}_i = \begin{pmatrix} \Delta y_{i2} \\ \Delta y_{i3} \\ \vdots \\ \Delta y_{iT} \end{pmatrix}, \quad \Delta \mathbf{X}_i = \begin{pmatrix} \Delta x'_{i2} \\ \Delta x'_{i3} \\ \vdots \\ \Delta x'_{iT} \end{pmatrix}$$

$$\Delta \mathbf{y}_{i,-1} = \begin{pmatrix} \Delta y_{i1} \\ \Delta y_{i2} \\ \vdots \\ \Delta y_{i,T-1} \end{pmatrix}, \quad \Delta \mathbf{u}_i = \begin{pmatrix} \Delta u_{i2} \\ \Delta u_{i3} \\ \vdots \\ \Delta u_{iT} \end{pmatrix}$$

$\mathbf{W}_i$ 'i araç değişkenler matrisi olarak kabul edelim.

$$\mathbf{W}_i = \begin{pmatrix} y_{i1} & 0 & \dots & 0 \\ 0 & y_{i1}, y_{i2} & \dots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \dots & y_{i1}, \dots, y_{i,T-2} \end{pmatrix}$$

Bu durumda moment koşullarını aşağıdaki şekilde ifade edebiliriz:

$$E(\mathbf{W}_i' \Delta \mathbf{u}_i) = \mathbf{0}$$

Holtz-Eakin, Newey ve Rosen (1988) benzer koşullara dayalı olan GMM tahmincisini ele almışlardır. N farklı grupta bulunan gözlemler toplandığında;

$$\Delta \mathbf{y} = \lambda \Delta \mathbf{y}_{-1} + \Delta \mathbf{X} \boldsymbol{\beta} + \Delta \mathbf{u} \quad (16)$$

Burada;

$$\Delta \mathbf{y} = \begin{pmatrix} \Delta \mathbf{y}_{1.} \\ \Delta \mathbf{y}_{2.} \\ \vdots \\ \Delta \mathbf{y}_{N.} \end{pmatrix}, \quad \Delta \mathbf{y}_{-1} = \begin{pmatrix} \Delta \mathbf{y}_{1,-1} \\ \Delta \mathbf{y}_{2,-1} \\ \vdots \\ \Delta \mathbf{y}_{N,-1} \end{pmatrix}, \quad \Delta \mathbf{X} = \begin{pmatrix} \Delta \mathbf{x}_{1.} \\ \Delta \mathbf{x}_{2.} \\ \vdots \\ \Delta \mathbf{x}_{N.} \end{pmatrix}$$

$$\mathbf{W} = \begin{pmatrix} \mathbf{W}_1 \\ \mathbf{W}_2 \\ \vdots \\ \mathbf{W}_N \end{pmatrix}$$

(16) numaralı denklemin her iki tarafını da $\mathbf{W}'$ ile çarptığımızda

$$\mathbf{W}'\Delta\mathbf{y} = \lambda\mathbf{W}'\Delta\mathbf{y}_{-1} + \mathbf{W}'\Delta\mathbf{X}\boldsymbol{\beta} + \mathbf{W}'\Delta\mathbf{u} \quad (17)$$

Benzer şekilde,

$$(\Delta\mathbf{X})'\Delta\mathbf{y} = \lambda(\Delta\mathbf{X})'\Delta\mathbf{y}_{-1} + (\Delta\mathbf{X})'(\Delta\mathbf{X})\boldsymbol{\beta} + (\Delta\mathbf{X})'\Delta\mathbf{u} \quad (18)$$

$\mathbf{Z} = (\mathbf{W}, \Delta\mathbf{X})$ olsun.

$$E(\mathbf{Z}'\Delta\mathbf{u}) = \mathbf{0} \quad (19)$$

Hata terimlerinin birinci dereceden hareketli ortalama yapısı gereği

$$E(\mathbf{Z}'\mathbf{u}\mathbf{u}'\mathbf{Z}) = \mathbf{Z}'[\sigma^2(\mathbf{I}_N \otimes \mathbf{A})]\mathbf{Z} \quad (20)$$

Burada GMM yöntemi uygulanabilir;

$$\hat{\boldsymbol{\gamma}}_{GMM} = (\mathbf{G}'\mathbf{Z}\mathbf{S}_N\mathbf{Z}'\mathbf{G})^{-1}\mathbf{G}'\mathbf{Z}\mathbf{S}_N\mathbf{Z}'\mathbf{G}\Delta\mathbf{y} \quad (21)$$

Burada $\hat{\boldsymbol{\gamma}}_{GMM} = (\hat{\boldsymbol{\lambda}}_{GMM}, \hat{\boldsymbol{\beta}}'_{GMM})'$, $\mathbf{G} = (\Delta\mathbf{y}_{-1}, \Delta\mathbf{X})$

Asimptotik optimal ağırlıklar;

$$\mathbf{S}_N = \left(\sum_{i=1}^N \mathbf{z}'_i \hat{\mathbf{u}}_i \hat{\mathbf{u}}'_i \mathbf{z}_i \right)^{-1} \quad (22)$$

Burada $\mathbf{z}_i = (\mathbf{w}_i, \Delta\mathbf{x}_i)$ ve $\hat{\mathbf{u}}_i$ tutarlı tahminden elde edilen artıklardır.

$$\hat{\boldsymbol{\gamma}} = [\mathbf{G}'\mathbf{Z}(\mathbf{Z}'\boldsymbol{\Omega}\mathbf{Z})^{-1}\mathbf{Z}'\mathbf{G}]^{-1}\mathbf{G}'\mathbf{Z}(\mathbf{Z}'\boldsymbol{\Omega}\mathbf{Z})^{-1}\mathbf{Z}'\Delta\mathbf{y}$$

Burada (21) numaralı GMM tahmircisi ile $\boldsymbol{\Omega} = (\mathbf{I}_N \otimes \mathbf{A})$. (22) numaralı ağırlık matrisi iki aşamalı GMM tahmircisi olduğu bilinmektedir. Tahminci

asimptotik olarak normal dağılımlı ve doğrusal moment koşullarına göre tahminciler sınıfında etkinlik yapısına sahip bulunmaktadır.

3.2.1.2.3 Ahn ve Schmidt

Ahn ve Schmidt (1995), dinamik panel veride kullandıkları standart varsayımlarda, Anderson ve Hsiao (1981) ve Arellano ve Bond (1991) tahmincileri tarafından göz ardı edilmiş olan T-2 ilave moment koşulunun bulunduğunu ifade etmişlerdir. Moment koşullarının, u_{it} 'nin aynı zamanda α_i ve y_{i0} ile ilişkilerinin bulunmadıkları varsayılır.

Sonuç itibariyle, ilave moment koşullarını şu şekilde tanımlayabiliriz:

$$E(v_{iT}\Delta v_{it}) = 0, \quad t = 1, 3, \dots, T-1 \quad (23)$$

Hata teriminin sabit varyanslı olduğu varsayımını kullanarak ise;

$$E(v_{it}^2) = \sigma_i^2, \quad t = 1, 2, \dots, T$$

Diğer ilave T-1 moment koşulları;

$$E(y_{i,t-2}\Delta v_{i,t-1} - y_{i,t-1}\Delta v_{i,t}) = 0, \quad t = 2, 3, \dots, T$$

3.2.1.2.4 Arellano ve Bover

Arellano ve Bover (1995), ilk kez Hausman ve Taylor (1981) tarafından tanıtılmış olan genel dinamik model kapsamında etkin araç değişken tahminini değerlendirmişlerdir:

$$y_{it} = \beta'x_{it} + \gamma'z_i + v_{it} \quad (24)$$

$$v_{it} = \alpha_i + u_{it}$$

Buradaki y_{it} 'nin gecikmeli değerleri x_{it} 'ye dahil edilmiştir. z_i zaman içerisinde değişiklik göstermeyen değişkenlerdir. α_i 'nin rassal olduğu varsayılır. (24) numaralı denklem şu şekilde tekrar yazılabilir:

$$y_{it} = \delta' \mathbf{x}_{it}^* + v_{it} \quad (25)$$

Burada $\mathbf{x}_{it}^* = (\mathbf{x}_{it}, \mathbf{z}_i)$. Arellano ve Bover, yukarıda yer alan sistem denklemlerinin tekil olmayan (nonsingular) dönüşümünü aşağıdaki şekilde önermişlerdir:

$$\mathbf{H}_{TxT} = \begin{pmatrix} \mathbf{C} \\ \mathbf{1}_T'/T \end{pmatrix}$$

Burada $\mathbf{1}_T = (1, 1, \dots, 1)_{Tx1}'$, $\mathbf{C}$, (T-1) ranklı (T-1)xT boyutlu bir matristir, öyle ki $\mathbf{C}\mathbf{1}_T = \mathbf{0}$ 'dır. Dönüştürülmüş artıklar;

$$\mathbf{v}_{i.}^* = \mathbf{H}\mathbf{v}_{i.} = \begin{pmatrix} \mathbf{C}\mathbf{v}_{i.} \\ \bar{u}_{i.} \end{pmatrix}$$

$\mathbf{v}_{i.}^*$ 'ın ilk (T-1) elemanı α_i 'yi içermemesinden dolayı, dışsal değişkenlerin tümü dönüştürülmüş modelin ilk (T-1) denklemlerinde geçerli araç değişkenlerdir. $\mathbf{w}_{i.} = (\mathbf{x}_{i.}', \mathbf{z}_i)'$ ve $\mathbf{m}_{i.}$ düzeyinde ilişkileri bulunmadığı varsayılan $\mathbf{w}_i$ 'nin değişkenlerinin alt kümesini kapsayan bir vektördür. $\dim(\mathbf{m}_{i.}) > \dim(\boldsymbol{\gamma})$, dönüştürülmüş sistem için geçerli araç değişkenler matrisi şu şekilde yer almaktadır:

$$\mathbf{W}_i = \begin{pmatrix} \mathbf{w}_{i.}' & \mathbf{0} & \dots & \mathbf{0} & \mathbf{0} \\ \mathbf{0} & \mathbf{w}_{i.}' & \dots & \mathbf{0} & \mathbf{0} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots & \vdots \\ \mathbf{0} & \mathbf{0} & \dots & \mathbf{w}_{i.}' & \mathbf{0} \\ \mathbf{0} & \mathbf{0} & \dots & \mathbf{0} & \mathbf{w}_{i.}' \end{pmatrix}$$

İlgili olan moment koşulu;

$$E(\mathbf{W}_i \mathbf{H}\mathbf{v}_{i.}) = \mathbf{0}.$$

$$\mathbf{H}^* = (\mathbf{I}_N \otimes \mathbf{H}), \quad \boldsymbol{\Omega}^* = (\mathbf{I}_N \otimes \boldsymbol{\Omega}), \quad \mathbf{X}^* = (\mathbf{X}_1^*, \mathbf{X}_2^*, \dots, \mathbf{X}_N^*)' \quad \text{ve} \\ \mathbf{W} = (\mathbf{W}_1', \mathbf{W}_2', \dots, \mathbf{W}_N')' \text{ olsun.}$$

Yukarıda yer alan moment koşullarına dayalı GMM tahmincisi;

$$\hat{\delta} = [X^{*'} H^{*'} W (W' H^{*} \Omega^{*} H^{*'} W)^{-1} W' H^{*} \Omega^{*} X^{*}]^{-1} [X^{*'} H^{*'} W (W' H^{*} \Omega^{*} H^{*'} W)^{-1} W' H^{*} y] \quad (26)$$

3.2.1.2.5 Blundell ve Bond

Blundell ve Bond (1998) düzey denklemlerde araç değişkenler olarak y_{it} 'nin gecikmeli farklarının kullanılmasına müsaade eden y_{i0} başlangıç değerlerinin dağılımıyla alakalı kısıtlama getirmiştir. λ 1'e yakın olması durumunda ya da $\sigma_{\alpha}^2/\sigma_u^2$ büyük olduğunda bu kısıtlama önem kazanmaktadır. Böyle durumda gecikmeli değerler farkı alınan denklemlerde zayıf araç değişkenlerdir.

Blundell ve Bond (1998) dışsal değişkenlerin bulunmadığı pür dinamik panel veride başlangıç gözlemleri için aşağıda yer alan süreç ele alınmıştır.

$$y_{i0} = \frac{\alpha_i}{1 - \lambda} + u_{i0}, \quad i = 1, 2, \dots, N \quad (27)$$

$$E(\Delta y_{i1} \alpha_i) = 0 \quad (28)$$

Yukarıda yer alan koşullar, başlangıç koşullarının $\alpha_i/1 - \lambda$ 'den sapmalarının $\alpha_i/1 - \lambda$ 'nin kendi düzeyiyle ilişkili olmamasını göstermektedir. Bunu sağlayabilmek için aşağıdaki varsayım yapılmıştır:

$$E \left[\left(y_{i0} - \frac{\alpha_i}{1 - \lambda} \right) \alpha_i \right] = 0$$

(28) numaralı koşulun diğer standart varsayımlara ilave edilmesi durumunda T-1 ilave moment koşulu bulunmaktadır:

$$E[(y_{it} - \lambda y_{i,t-1}) \Delta y_{i,t-1}] = 0, \quad t = 2, 3, \dots, T \text{ için.}$$

Blundell ve Bond (1998), yukarıda yer alan moment koşullarının λ , 1'e yakın olması durumunda ya da $\sigma_{\alpha}^2/\sigma_u^2$ büyük olması halinde bilgi verilmenin devam edileceğini göstermektedir (Pesaran, 201: 688-689).

3.2.1.3 En Çok Olabilirlik Tahmini

GMM tahminine alternatif olarak en çok olabilirlik tahmini bulunmaktadır. Burada bireysel etkiler α_i ve özdeş artıklar ε_{it} 'nin normal dağıldığı varsayılır (Matyas, 2008: 270-271).

$$L_{NT}(\delta, \beta, \sigma_\alpha^2, \sigma_\varepsilon^2 | y_0, X) = -\frac{NT}{2} \ln 2\pi - \frac{N}{2} \ln \det(\Omega) - \frac{1}{2} \sum_i u_i' \Omega^{-1} u_i \quad (29)$$

$$u_i' = (y_{i1} - \delta y_{i0} - x_{i1}'\beta, \dots, y_{iT} - \delta y_{i,T-1} - x_{iT}'\beta)$$

$$\sum = \sigma_\varepsilon^2 [W_N + (1/\theta)B_N]$$

Koşulsuz En Çok Olabilirlik tahmincisini gösterebilmek için aşağıda yer alan model ele alınmalıdır:

$$y_{it} = \delta y_{i,t-1} + x_{i1}' + z_i^* \gamma^* + \alpha_i + \varepsilon_{it} \quad (30)$$

Başlangıç değerleri;

$$y_{i0} = \varphi z_i + u_{i0}$$

$$\alpha_i = \Psi u_{i0} + \zeta_i$$

Burada ζ_i , u_{i0} 'dan bağımsızdır. Bu modelde, $(u_{i0}, \zeta_i, \varepsilon_{i1}, \dots, \varepsilon_{iT})$ i.i.d. $N(0, \text{diag}(\sigma_u^2, \sigma_\zeta^2, \sigma_\varepsilon^2 e_T'))$ ve en çok olabilirlik fonksiyonu;

$$\begin{aligned} L_{NT}(\delta, \beta, \gamma, \Psi, \varphi, \sigma_u^2, \sigma_\zeta^2, \sigma_\varepsilon^2) \\ = -\frac{N(T+1)}{2} \ln 2\pi - \frac{N}{2} \ln \sigma_u^2 - \frac{1}{2\sigma_u^2} \sum_i u_{i0}^2 - \frac{N}{2} \ln \det(\Omega) \\ - \frac{1}{2} \sum_i u_i'^* \Omega^{-1} u_i^* \end{aligned} \quad (31)$$

$$u_i^{*'} = (y_{i1} - \delta y_{i0} - \beta x_{i1} - \gamma z_i - \varphi u_{i0}, \dots, y_{iT} - \delta y_{iT} - \beta x_{iT-1} - \gamma z_i - \varphi u_{i0})$$

$$u_{i0} = y_{i0} - \varphi z_i$$

Birinci derece koşulları aşağıdaki gibidir:

$$\frac{\partial L}{\partial \delta} = \frac{1}{\sigma_\varepsilon^2} \sum_i y_{i,-1} W_N u_i^* + \frac{1}{(\sigma_\varepsilon^2 + T \sigma_\zeta^2)} \sum_i y'_{i,-1} B_N u_i^* = 0 \quad (32)$$

$$\frac{\partial L}{\partial \beta} = \frac{1}{\sigma_\varepsilon^2} \sum_i x'_i W_N u_i^* + \frac{1}{(\sigma_\varepsilon^2 + T \sigma_\zeta^2)} \sum_i x'_i B_N u_i^* = 0 \quad (33)$$

$$\frac{\partial L}{\partial \gamma} = \frac{1}{(\sigma_\varepsilon^2 + T \sigma_\zeta^2)} \sum_i z_i e'_T u_i^* = 0 \quad (34)$$

$$\frac{\partial L}{\partial \varphi} = \frac{1}{(\sigma_\varepsilon^2 + T \sigma_\zeta^2)} \sum_i u_{i0} e'_T u_i^* = 0 \quad (35)$$

$$\frac{\partial L}{\partial \psi} = \frac{1}{(\sigma_\varepsilon^2 + T \sigma_\zeta^2)} \sum_i \varphi z_i e'_T u_i^* + \frac{1}{\sigma_u^2} \sum_i z_i u_{i0} = 0 \quad (36)$$

$$\frac{\partial L}{\partial \sigma_\varepsilon^2} = -\frac{N(T-1)}{2\sigma_\varepsilon^2} + \frac{1}{2\sigma_\varepsilon^4} \sum_i u_i^{*'} W_N u_i^* = 0 \quad (37)$$

$$\frac{\partial L}{\partial (\sigma_\varepsilon^2 + T \sigma_\zeta^2)} = -\frac{N}{(\sigma_\varepsilon^2 + T \sigma_\zeta^2)} + \frac{1}{(\sigma_\varepsilon^2 + T \sigma_\zeta^2)^2} \sum_i u_i^{*'} B_N u_i^* \quad (38)$$

$$\frac{\partial L}{\partial \sigma_u^2} = -\frac{N}{2\sigma_u^2} + \frac{1}{2\sigma_u^4} \sum_i u_{i0}^2 = 0 \quad (39)$$

3.2.2 Varsayımdan Sapmalar ve Karşılaşılan Problemler

3.2.2.1 Değişen Varyans Problemi

Dinamik panel veri modellerinde karşılaşılan problemlerden bir tanesi değişen varyans problemidir. Değişen varyans probleminin modelde olması halinde elde edilen tahminciler etkinlik özelliklerini kaybederler (Tatoğlu, 2018: 138-139). Ahn ve Schmidt (1995), v_{it} 'nin sabit varyanslı olması halinde ilave moment koşullarının olduğu söylenir.

$$E(v_{it}^2) = \sigma_i^2, \quad t = 2, \dots, T \quad (40)$$

Moment koşulları;

$$E(y_{i,t-2}\Delta v_{i,t-1} - y_{i,t-1}\Delta v_{i,t}) = 0, \quad t = 4, \dots, T \quad (41)$$

T-3 tane ortogonal kısıtlamaları göstermektedir. Z_i araç değişkenler matrisine T-3 tane sütun dahil edilmektedir.

$$Z'_{Hi} = \begin{pmatrix} y_2 - y_3 & 0 & \dots & 0 & 0 \\ 0 & y_3 - y_4 & \dots & 0 & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots & \vdots \\ 0 & 0 & \dots & 0 & y_{T-2} - y_{T-1} \end{pmatrix}$$

3.2.2.2 Otokorelasyon Problemi

Karşılaşılabilen diğer bir problem otokorelasyondur. GMM tahmincilerinin etkinliğini sağlayabilmek için dinamik panel veri modellerinde ikinci dereceden otokorelasyonun bulunmaması gerekir. Birinci dereceden otokorelasyon modelinin yapısından dolayı ortaya çıkabilir. Fakat, ikinci dereceden otokorelasyonun ortaya çıkmamış olması önemlidir.

3.2.2.3. İçsellik ve Zayıf Araçlar Problemi

Araştırma yapılması gereken bir diğer problem ise içsellik ve zayıf araçlar problemidir. İçsellik problemi, gecikmeli bağımlı değişkenin modelde açıklayıcı değişken olarak yer almasından kaynaklanan bir problemidir. Problemi ortadan kaldırmak için ise araç değişken kullanılır.

Ortogonal moment koşulunu ele aldığımızda;

$$E(y_{i,t-s}\Delta v_{it}) = 0 \quad , t = 3, \dots, T, \quad s \geq 2 \quad (42)$$

$$\Delta y_{i2} = \pi y_{i1} + r_i, \quad i = 1, \dots, N$$

δ 'nın ya da μ_i 'nin varyansı büyük ise, π indirgenmiş form katsayısının EKK tahmini rassal olarak sifıra yakın olabilir. Bu durumda, y_{i1} araç değişkeni Δy_{i2} ile zayıf korelasyonludur.

Araç değişkenler regresyonunun ilk aşamasında bulunan F istatistiği 1 serbestlik dereceli Ki-Kare dağılımını gösterir. Böylece, konsantrasyon parametresi merkezi olmayan parametresine tekabül etmektedir. Sonuç itibariyle, τ sifıra yaklaştığı zaman araç değişkenlerin performansı bozulur. Durağanlık varsayımının sağlanabilmesi şartıyla, AR modeli bakımından τ şöyledir;

$$\tau = \frac{(\sigma_v^2 k)^2}{\sigma_u^2 + \sigma_v^2 k} \quad (43)$$

Burada,

$$k = \frac{(1 - \delta)^2}{1 - \delta^2}$$

$\delta \rightarrow 1$ olduğunda AR(1)'deki δ 'nın GMM tahmincinin performansı kötüye gitmektedir. Aynı zamanda, σ_v^2 'nin değerindeki azalma ve σ_u^2 'nin değerindeki artış, bu performansın kötüye gitmesine sebep olan faktörlerdir. δ , 1 değerine yaklaştığında ya da σ_u^2/σ_v^2 yüksek olması durumunda ilave moment koşulları önem taşımaktadır (Tatoğlu, 2018: 138-139).

3.2.3 Dinamik Panel Veri Modellerinde Testler

3.2.3.1 İçsellik Testleri

Dinamik panel veri modellerinde değişkenlerin içselliğinin test edilmesi gerekmektedir. Bu yüzden χ^2 dağılan Durbin'in Score testi (1954) ve F dağılımı gösteren Wu-Hausman testi (Wu, 1954; Hausman, 1978) kullanılmaktadır. Kullanılan testlerde sıfır hipotezi 'değişkenler dışsaldır' olarak yer alır. Sıfır

hipotezi reddedildiğinde, değişkenler içseldir. Elde edilen tahminciler tutarsız ve sapmalıdır. Böyle durumda, içsel değişkenlerin yerine araç değişkenlerin kullanılması gerekir (Tatoğlu, 2012: 98).

$$y = X\beta + u \quad (44)$$

Dışsallık için;

$$E(u|X) = 0 \quad (45)$$

Panel veri modellerinde açıklayıcı değişkenler artıklar ile korelasyonsuz olsa bile, μ_i ile korelasyonsuz olabilmektedir. Bu durum içsellik problemine sebep olmaktadır. Böyle bir durumda içsel değişkenler yerine araç değişkenlerin kullanılması ve 2 aşamalı en küçük kareler (2SLS) yöntemi ile tahmin edilmesi gerekmektedir (Hausman, 1978).

Durbin-Wu-Hausman test istatistiği aşağıdaki gibidir (Wooldridge, 2010):

$$(\hat{\beta}_{2SLS} - \hat{\beta}_{EKK})' [var(\hat{\beta}_{2SLS}) - var(\hat{\beta}_{EKK})]^{-1} (\hat{\beta}_{2SLS} - \hat{\beta}_{EKK}) \quad (46)$$

Sıfır hipotezi;

$$H_0: E(\mu_i | X_{i1}, \dots, X_{iT}, Z_i) = 0$$

şeklinde yer alır. k (açıklayıcı değişken sayısı) serbestlik dereceli χ^2 dağılımı göstermektedir.

3.2.3.2 Aşırı Tanımlama Kısıtlarının Testleri

Aşırı tanımlama kısıtlarının, farklı bir ifade ile araç değişkenlerinin geçerliliğini test etmek için Arellano ve Bond (1991) tarafından önerilmiş olan Sargan testi kullanılmaktadır. Bu test istatistiği şu şekilde yazılabilir:

$$s = \Delta \hat{u} Z (\sum_{i=1}^N Z_i' \Delta \hat{u}_i \hat{u}_i' Z_i)^{-1} Z' \Delta \hat{u} \sim \chi_{p-k-1}^2 \quad (47)$$

Burada $Z_i = \text{diag}(Y_{i1}, \dots, Y_{is})$ ve $(s = 1, \dots, T - 2)$ 'dir. $\Delta \hat{u}$ 2SLS tahmininden elde edilmiş olan artıklardır. p ise Z 'nin sütun sayısını gösterir.

Genelleştirilmiş Momentler Sistem tahmininde, modele eklenen araç değişkenlerin geçerli olup olmadığı Fark-Sargan testiyle değerlendirilmektedir. Bu test, Genelleştirilmiş Momentler Sistem ve Genelleştirilmiş Momentler Fark tahminlerinden hesaplanan Sargan testleri arasındaki farka dayanır. Değişen varyans halinde ise Fark-Hansen testi kullanılır. Sonuç itibarıyla, aşırı tanımlama kısıtlarının test edilmesi için Sargan testi ve Fark-Sargan testleri kullanılır. Dirençli tahmincilerin varlığında Wooldridge'nin dirençli score testi ve Fark-Hansen testleri kullanılmaktadır (Tatoğlu, 2012: 99).

3.2.3.3 Otokorelasyon Testi

Dinamik panel veri modelinde otokorelasyonun varlığını test edebilmek için Arellano ve Bond (1991) tarafından önerilmiş olan test kullanılır. Testte sıfır hipotezi 'birinci fark modelinin artıkları için ikinci dereceden otokorelasyon yoktur' şeklindedir. Genelleştirilmiş Momentler tahmincisinin etkin olması için ikinci dereceden otokorelasyonun olmaması gerekir. (48) numaralı denklemi ele aldığımızda:

$$Y_{it} = \alpha Y_{i,t-1} + \beta X_{it}^* + \mu_i + u_i \quad (48)$$

Burada $X_{it} = (Y_{it}, X_{it}^*)$ kısıtlaması yapılmaktadır ve $v_{it} = (\mu_i + u_i)$ otokorelasyonsuzdur.

(48) numaralı modele ilişkin birinci fark modeli;

$$\Delta Y = \Delta X \delta + \Delta u$$

olarak yer alır. Artıklar ise $\hat{u} = \Delta Y - \Delta X \hat{\delta} = v - (\hat{\delta} - \delta)$ şeklindedir. $\hat{\delta}$, δ 'nin Genelleştirilmiş Momentler tahmincisidir.

v_{it} otokorelasyonsuzdur. Birinci dereceden otokorelasyonun olması beklenen bir durumdur. Bununla beraber, ikinci dereceden otokorelasyonun olmaması gerekir. İkinci dereceden otokorelasyonu test edebilmek için birinci farklar modelinden elde edilen artıklar kullanılır. Arellano ve Bond tarafından önerilen test istatistiği aşağıdaki gibidir:

$$m_2 = \frac{\hat{u}_{-2}\hat{u}}{\hat{u}^{1/2}} \sim N(0,1) \quad (49)$$

Burada, $\hat{u}_{-2}$ iki kere gecikmesi alınmış artıkların vektörüdür (Tatoğlu, 2012: 101).

3.3 Birim Kök Test Sonuçları

Yapılacak olan model tahmin yönteminin seçiminde ve durağanlık analizlerinde, değişkenlerin sergiledikleri yapıya bağlı olması sebebiyle, ilk olarak değişkenlerin yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik yapılarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda öncelikle, değişkenlere ilişkin yatay kesit bağımlılığı incelenmektedir. Panel veri modelinin temel varsayımlarından bir tanesi, hata terimlerinin yatay kesit birimlere göre bağımsız olmasıdır. Buna rağmen, hata terimleri yatay kesit birimleri boyunca korelasyona sahip olabilmektedir.

Yatay kesit bağımlılığı, panel veri modelindeki her bir yatay kesit birimi için hesaplanan hata terimleri arasındaki korelasyon olarak tanımlanmaktadır. Yatay kesit birimler arasındaki korelasyon, genel olarak mekânsal etkiler, gözlenemeyen ortak faktörler veya bir birimden taşan etkilere bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Panel veriyle ilgili yapılan çalışmaların çoğunda, birim ya da zaman etkilerinin yatay kesit birimler boyunca bağımsız olarak dağıldıkları varsayılır. Panel veri setini oluşturan yatay kesit birimlerinin rassal olarak seçilmeleri halinde, yatay kesit birimler arasındaki bağımlılık önemli olmamaktadır. Bununla beraber, panel veri setini oluşturan yatay kesit birimlerinin bir rassal olarak seçilmemesi, diğer bir deyişle, belirli bir grubu yansıtmaması durumunda, yatay kesit birimler arasındaki korelasyon önemli olabilmektedir. Bu nedenle doğru model spesifikasyonu belirleyebilmek amacıyla, yatay kesit bağımlılığının test edilmesi gerekir. Yatay kesit bağımlılığının olması halinde ise, tahmin aşamasında bu durumu dikkate alan testlerin ve tahmin yöntemlerinin kullanılması gerekmektedir (Tatoğlu, 2012: 9, 227).

Breusch ve Pagan (1980) yatay kesit bağımlılığının varlığını denemek için, SUR modelinin sistematik olarak tahminine gereksinim duymayan ve hesaplaması daha basit olan Lagrange Multiplier (LM) testini önermiştir. Bu test yatay kesit birimlerinin küçük, zaman boyutunun ise büyük olması durumunda geçerli olmaktadır. Testte sıfır hipotezi yatay kesit denklemindeki hata terimleri

arasındaki korelasyonun sıfıra eşit olması şeklindedir. Test aşağıda yer alan LM istatistiğine dayanmaktadır:

$$CD_{LM} = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{p}_{ij}^2$$

Burada $\hat{p}_{ij}$ hata terimlerinin ikili korelasyonuna dair örnek tahminidir.

$$\hat{p}_{ij} = \hat{p}_{ji} = \frac{\sum_{t=1}^T e_{it}e_{jt}}{(\sum_{t=1}^T e_{it}^2)^{1/2}(\sum_{t=1}^T e_{jt}^2)^{1/2}}$$

Yatay kesit boyutunun büyük ve zaman boyutunun küçük olması durumunda, Pesaran (2004) yatay kesit bağımlılığını test etmek amacı ile önerilen Pesaran CD testi aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \left(\sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{p}_{ij} \right)$$

Değişkenlere dair yatay kesit bağımlılığının test sonuçları Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3.3: Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

	Breusch-Pagan LM	Pesaran scaled LM	Bias-corrected scaled LM	Pesaran CD
KR	813.3798*** (0.0000)	48.88285*** (0.0000)	47.81142*** (0.0000)	28.51574*** (0.0000)
FZ	829.0149*** (0.0000)	49.96177*** (0.0000)	48.89034*** (0.0000)	28.79223*** (0.0000)
TV	804.3215*** (0.0000)	48.25777*** (0.0000)	47.18634*** (0.0000)	28.35003*** (0.0000)
CS	401.4531*** (0.0000)	20.45720*** (0.0000)	19.38578*** (0.0000)	0.549292 (0.5828)
OV	737.5981*** (0.0000)	43.65341*** (0.0000)	42.58199*** (0.0000)	19.38136*** (0.0000)
SSYL	160.7151*** (0.0000)	3.844710*** (0.0000)	2.773281*** (0.0000)	0.801178 (0.4230)

Not: *** %1 önem seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.

Tablo 3.3’de bankacılık performans göstergeleri ve sosyal sorumluluk göstergeleriyle ilgili yatay kesit bağımlılığı test sonuçları değerlendirildiğinde, yatay kesit denklemindeki hata terimleri arasında korelasyonun bulunduğunu söyleyen sıfır hipotezinin reddedildiği görülür. Dolayısıyla performans göstergeleri ve sosyal sorumluluk göstergelerine ait tüm değişkenler için yatay kesit bağımlılığının varlığı görülmektedir.

Zaman serisiyle ilgili analizler yapılmadan önce, seriyi oluşturan sürecin durağan bir yapıya sahip olup olmadıkları önem arz etmektedir. Bunun sebebi, durağan bir yapıya sahip olmayan serilerle yapılacak olan analizlerde sahte regresyon probleminin ortaya çıkabilmesidir. Bu durumda ise elde edilen t ve F istatistikleri ile R^2 değerleri sapmalı sonuçları yansıtmaktadır.

Panel veri analizi, zaman ve kesit serilerinin birleşimlerinden oluşmasından dolayı, panel veri analiziyle ilgili modeller tahmin edilmeden önce değişkenlerin durağanlıklarının incelenmesi gerekir. Birim kök testleri ikiye ayrılır. Bunlar; birinci nesil ve ikinci nesil birim kök testleridir. Bu ayrım, değişkenlerin yatay kesit bağımlılığını içerip içermemelerine göre yapılır. Birinci nesil panel birim kök testleri, yatay kesit denklemlerine ilişkin hata terimleri arasında korelasyonun olmadığını varsayar. İkinci nesil panel birim kök testleri ise, yatay kesit birimlere ilişkin seriler arasında korelasyonu dikkate almaktadır.

Analizde kullanılacak değişkenler ile ilgili gerçekleştirilen yatay kesit bağımlılığı test sonuçları, değişkenlerde yatay kesit bağımlılığının varlığına işaret etmesi sebebiyle, değişkenlere ilişkin durağanlık sınamaları Pesaran (2007)’nin önerdiği ikinci nesil birim kök testiyle gerçekleştirilmiştir.

Pesaran (2007) tarafından önerilmiş olan bu testte, ADF regresyonunun gecikmeli yatay kesit ortalamalarıyla genişletilmiş şekli kullanılır. Söz konusu regresyonun birinci farkı birimler arası korelasyonu yok etmektedir (Tatoğlu, 2012: 223). CADF regresyonu aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir (Baltagi, 2005: 249):

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + p_i^* y_{i,t-1} + d_0 \bar{y}_{t-1} + d_1 \Delta \bar{y}_t + \varepsilon_{it}$$

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + p_i^* y_{i,t-1} + d_0 \bar{y}_{t-1} + \sum_{j=0}^p d_{j+1} \Delta \bar{y}_{t-j} + \sum_{k=1}^p c_k \Delta y_{it-k} + \varepsilon_{it}$$

Buradaki düzeltme derecesi bilgi kriteriyle belirlenmektedir. Paneldeki her bir i birim için bu CADF regresyonunu çalıştırdıktan sonra, Pesaran CIPS istatistiğini elde edebilmek için gecikmeli değerlere dayalı t istatistiklerinin ortalaması alınmaktadır (Baltagi, 2005:250):

$$CIPS = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N CADF_i$$

Modelde kullanılacak değişkenlerin durağanlıklarını sınamak için yapılan Pesaran birim kök test sonuçları Tablo 3.4'te gösterilmektedir.

Tablo 3.4: Pesaran Birim Kök Test Sonuçları

	Düzey		Birinci Fark	
	Sabit Terimli	Sabit Terim ve Trendli	Sabit Terimli	Sabit Terim ve Trendli
KR	-1.515(0)	-1.719(0)	-2.592(0)	-2.859(0)
FZ	-1.651(0)	-1.400(0)	-2.418(0)	-2.590(0)
TV	-2.109(0)	-2.972(0)	-2.875(0)	-3.503(0)
CS	-1.354(0)	-1.981(0)	-2.661(0)	-2.947(0)
OV	-2.702(0)	-3.043(0)	-3.172(0)	-3.001(0)
SSYL	-2.179(0)	-2.279(0)	-2.416(0)	-2.978(0)

Not: Sabit terimli ve sabit terim ve trendli birim kök testleri için %5 önem seviyesinde kritik değerler sırasıyla -2.350 ve -2.970 dir. Parantez içindeki değerler Akaike bilgi kriterine göre gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Tablo 3.4'te bakıldığında, sabit terimli birim kök test sonuçlarına göre, KR, FZ, TV, CS ve SSYL değişkenlerinin %5 önem seviyesinde düzey değerlerinde durağan olmadıkları, birinci farkları alındıklarında durağan oldukları görülmektedir. OV değişkeni ise düzey değerinde durağandır. Sabit terim ve trendli birim kök test sonuçları bakımından ele alındığında, KR, FZ, CS ve SSYL değişkenlerinin %5 önem seviyesinde birinci farklarında durağan oldukları, TV ve OV değişkenlerinin ise düzey değerlerinde durağan oldukları söylenebilir.

3.4 Model Spesifikasyon Sonuçları

Konvansiyonel ve katılım bankaları için sosyal sorumluluk uygulamalarının performansları üzerindeki etkilerini gösterebilmek için oluşturulan Model 1, Model 2 ve Model 3 için Delta homojenlik testi uygulanmıştır. Bu testin sıfır hipotezi, eğim katsayılarının tümünün yatay kesit birimler karşısında aynı olduklarını, alternatif hipotezin eğim katsayılarının yatay kesit birimlere göre değişiklik gösterdiğini varsaymaktadır. Sonuçlar Tablo 3.5'te gösterilmektedir.

Tablo 3.5: Delta Homojenlik Test Sonuçları

	Model 1	Model 2	Model 3
Delta	0.324 (0.746)	-0.831 (0.406)	-0.369 (0.712)
Delta Adj.	0.607 (0.544)	-1.555 (0.120)	-0.690 (0.490)

Not: Parantez içindeki rakamlar olasılık değerlerini göstermektedir.

Tablo 3.5'te bulunan homojenlik test sonuçlarına bakıldığında, sosyal sorumluluk uygulamalarının konvansiyonel ve katılım bankalarının performansını göstermek için oluşturulan modeller için %5 önem seviyesinde eğim katsayılarının tümünün yatay kesit birimler karşısında aynı olduklarını ifade eden sıfır hipotezinin reddedilemediği görülür. Bu bulgu, modellerin tümünde eğim katsayılarının homojen olduklarını söylemektedir.

Modellerde gözlenemeyen heterojenliğin anlamlılığını test etmek için, F testi ile Bresuch-Pagan LM testinden faydalanılmıştır. F testi, sabit etkiler modelinde gözlenemeyen heterojenliği test etmektedir. Breusch-Pagan LM testi rassal etkiler modelinde gözlenemeyen heterojenliği test etmektedir.

F testi, Klasik modelin geçerliliğini test etmede kullanılmaktadır. Testte, verinin birimlere göre farklılık gösterip göstermediğine bakılmaktadır. Veri birimlere göre farklılık göstermiyor ise Klasik model uygun olmaktadır. Bu amaçla kısıtlı ve kısıtsız olarak iki çeşit model kullanılır. Kısıtlı modelde, birim farklılıklarının önemli olmadığı varsayımı yapılır. Kısıtsız modelde, değişkenlere ait verinin birimlere göre değer aldığı varsayımı yapılmaktadır (Tatoğlu, 2012: 46).

Kısıtlı model;

$$Y = X\beta + u$$

Kısıtsız model;

$$Y_i = X_i\beta_i + u_i \quad i = 1, \dots, N$$

Bu teste ilişkin hipotez ise aşağıdaki şekilde yer almaktadır (Tatoğlu, 2012: 47):

$$H_0 : \beta_i = \beta$$

Sıfır hipotezi reddedilemez ise, $\beta_i = \beta$, verinin havuzlanmış olduğu kabul edilir. Model, klasik modelle ifade edilir. Eğer sıfır hipotezi reddedilir ise, verinin birimlere göre değişkenlik gösterdiği söylenir (Tatoğlu, 2012: 48).

$$F = \frac{(SS_r - SS)/(m)}{SS/(m^*)}$$

Burada SS_r kısıtlı regresyon tahminiyle elde edilen hata kareler toplamını gösterir. SS kısıtsız modelden elde edilen hata kareler toplamını göstermektedir. m kısıt sayısını, m^* ise kısıtsız modelin serbestlik derecesini ifade etmektedir.

Breusch ve Pagan (1980) tarafından önerilen bu teste ilişkin hipotez aşağıdaki şekilde yer almaktadır (Baltagi, 2005: 59):

$$H_0: \sigma_\mu^2 = \sigma_\lambda^2 = 0$$

Artıkların normal dağıldığı varsayımı altında log olabilirlik fonksiyonu;

$$L(\delta, \theta) = c - \frac{1}{2} \log |\Omega| - \frac{1}{2} u' \Omega^{-1} u$$

Burada $\theta' = (\sigma_\mu^2, \sigma_\lambda^2, \sigma_v^2)$ ve

$$\Omega = \sigma_\mu^2 (I_N \otimes J_T) + \sigma_\lambda^2 (J_T \otimes I_N) + \sigma_v^2 I_{NT}$$

LM testi için sadece EKK modelinden elde edilen artıklar yeterlidir ve kolaylıkla hesaplanabilir.

$$LM = LM_1 + LM_2$$

$$LM_1 = \frac{NT}{2(T-1)} \left[1 - \frac{\tilde{u}' (I_N \otimes J_T) \tilde{u}}{\tilde{u}' \tilde{u}} \right]^2$$

$$LM_2 = \frac{NT}{2(N-1)} \left[1 - \frac{\tilde{u}' (J_T \otimes I_N) \tilde{u}}{\tilde{u}' \tilde{u}} \right]^2$$

H_0 hipotezi altında, LM asimtotik olarak χ_2^2 dağılımı gösterir. Eğer $H_0^a: \sigma_\mu^2 = 0$ test edilmek istenir ise, LM_1 istatistiği kullanılır ve bu test H_0^a hipotezi altında asimtotik olarak χ_1^2 dağılımı gösterir. Eğer $H_0^b: \sigma_\lambda^2 = 0$ test

edilmek istenir ise, LM_2 test istatistiği kullanılır ve bu test H_0^b hipotezi altında asimtotik olarak χ_1^2 dağılımı gösterir (Baltagi, 2005: 60).

Tablo 3.6’da konvansiyonel ve katılım bankaları için sosyal sorumluluk uygulamalarının bankaların performansı üzerindeki etkisini tahminlemek için oluşturulmuş olan modellerde gözlenemeyen heterojenliği değerlendirmek için uygulanan F testi ve Breusch-Pagan LM testi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 3.6: F Testi ve Breusch-Pagan LM Testi Sonuçları

	F Testi
Model 1	2.67 (0.0031)
Model 2	2.13 (0.0189)
Model 3	2.46 (0.0063)
	Breusch-Pagan LM Testi
Model 1	6.31 (0.0060)
Model 2	6.32 (0.0028)
Model 3	3.15 (0.0379)

Not: Parantez içindeki değerler, olasılık değerlerini göstermektedir.

Tablo 3.6’da yer alan sonuçlar F testi sonuçlarına göre, sosyal sorumluluk uygulamalarının bankaların performansını nasıl etkilediğini incelemek için oluşturulan modellerin tümünde birim etkilerin sıfıra eşit olduğunu söyleyen sıfır hipotezinin reddedildiği görülür. Sonuca göre, birim etkilerin varlığı ortaya konulmaktadır.

Breusch-Pagan LM testi sonuçlarına göre, sosyal sorumluluk uygulamalarının bankaların performansı üzerindeki etkilerini incelemek maksadıyla oluşturulan modellerin tümünde rassal birim etkilerin varyansının sıfır olduğunu söyleyen sıfır hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Bu sonuç, birim etkilerin geçerli olduğunu göstermektedir.

Sistem GMM yönteminin uygulanabilmesi için birimler arası korelasyonun olmaması gerekir. Model bazında birimler arası korelasyonu incelemek için Friedman’ın yatay kesit bağımlılığı testi uygulanmıştır. Bu test $N > T$ olması halinde kullanılmaktadır. Tablo 7’de modellere dair Friedman yatay kesit bağımlılığı test sonuçları bulunmaktadır.

Tablo 3.7: Frees Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

	Test İstatistiği
Model 1	2.318 (0.4076)
Model 2	3.5540 (0.4418)
Model 3	3.2847 (0.5063)

Not: Parantez içindeki değerler, olasılık değerlerini göstermektedir.

Sonuçlara bakıldığında, birimler arası korelasyonun olmadığını söyleyen sıfır hipotezinin reddedilemediği görülür. Sonuca göre, modellerin tümü için birimler arası korelasyonun olmadığını ortaya koymaktadır.

3.5 Model Tahmin Sonuçları

Sosyal sorumluluk göstergelerinin konvansiyonel ve katılım bankalarının performansı üzerindeki etkilerine ilişkin birimler arası korelasyonsuz sabit parametreleri heterojen, eğim katsayıları homojen Arellano ve Bover, Blundell ve Bond'un İki Aşamalı Sistem Genelleştirilmiş Momentler tahmin sonuçları Tablo 3.8'de gösterilmektedir.

Tablo 3.8: Arellano ve Bover/Blundell ve Bond İki Aşamalı Sistem Genelleştirilmiş Momentler Tahmincisi Sonuçları: Bankacılık Sektörü

	Model 1	Model 2	Model 3
LKR(-1)	0.3087*** (0.0620)	-	-
LFZ(-1)	-	0.8101*** (0.0590)	-
LTV(-1)	-	-	0.7584*** (0.1003)
LCS	-0.7002*** (0.3207)	-0.7217*** (0.1386)	-0.6903*** (0.3021)
LOV	0.6926*** (0.0440)	0.2884*** (0.0302)	0.1876*** (0.0400)
LSSYL	0.1012* (0.0607)	0.1217*** (0.0372)	0.1448*** (0.0420)
DUMMY	1.8160*** (0.7970)	1.3419*** (0.2378)	1.3150*** (0.5502)
Sabit	5.8327*** (2.2782)	2.5174*** (1.0306)	7.3675*** (1.6988)
AR(1)	-2.25**	-1.63	-1.16
AR(2)	-0.44	0.93	1.35
Hansen	11.75	11.43	8.98
Fark Hansen	0.11	6.81	-2.96

Not: *, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1 önem seviyesinde anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Parantez içindeki rakamlar standart hataları göstermektedir.

Tablo 3.8'de bulunan Model 1 tahmin sonucuna göre, bir dönem önce net karlılıkta meydana gelen artış cari dönemde yükselmektedir. %1 önem seviyesinde bir önceki dönem net karlılıkta oluşan %1'lik bir artış cari dönemde net karlılığın %0.30 oranında artmasına neden olmaktadır. Sonuçlar sosyal sorumluluk göstergeleri açısından değerlendirildiğinde, cari dönemde bankalarda daha fazla personel çalıştırılmasının bankaların net karlılığı üzerinde azaltıcı bir etki yaptığı söylenebilir. Buna göre, personel sayısında meydana gelen %1'lik bir

artış bankacılık sektörü net karını %0.7 oranında azaltmaktadır. Bankaların net karlarının cari dönemde bankalar tarafından ödenen vergilerden pozitif yönde etkilendiği görülmektedir. Buna göre, bankalar tarafından ödenen vergilerde meydana gelen %1'lik bir artış bankacılık sektörü karlılığını %0.69 oranında arttırmaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında meydana gelen bir artış net karların artmasına olanak sağlamaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında meydana gelen %1'lik bir artış bankacılık sektörü net karını %0.10 oranında arttırmaktadır. DUMMY değişkeni, konvansiyonel bankalar ise 1, katılım bankaları ise 0 değerini alan kukla değişkeni göstermektedir. Buna göre konvansiyonel bankalarının net karlılık düzeyinin katılım bankaları ile karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu görülmektedir.

Model 2 tahmin sonucu incelendiğinde, bir dönem önceki net faiz gelirinde (net kar payı gelirinde) meydana gelen artışın cari dönemde net faiz gelirinin (net kar payı gelirinin) yükselmesine neden olduğu görülmektedir. Bir önceki dönem net faiz gelirinde (net kar payı gelirinde) meydana gelen %1'lik bir artış cari dönemde net faiz gelirinin (net kar payı gelirinin) %0.81 oranında artmasına neden olmaktadır. Sonuçlar sosyal sorumluluk göstergeleri açısından değerlendirildiğinde, cari dönemde bankalarda daha fazla personel çalıştırılmasının bankaların net faiz geliri (net kar payı geliri) üzerinde azaltıcı bir etki yarattığı söylenebilir. Buna göre, personel sayısında meydana gelen %1'lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.72 oranında azaltmaktadır. Bankaların net faiz gelirinin (net kar payı gelirinin) bankalar tarafından ödenen vergilerden pozitif yönde etkilendiği görülmektedir. Buna göre, bankalar tarafından ödenen vergilerde meydana gelen %1'lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.28 oranında arttırmaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında meydana gelen bir artış net faiz gelirinin (net kar payı gelirinin) artmasına olanak sağlamaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında meydana gelen %1'lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.12 oranında arttırmaktadır. DUMMY değişkeni dikkate alındığında, konvansiyonel bankalarının net faiz geliri (net kar payı geliri) düzeyinin katılım bankaları ile karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu görülmektedir.

Model 3 tahmin sonucu incelendiğinde, bir önceki dönem bankaların toplam gelirinde meydana gelen artış cari dönemde net faiz gelirinin (net kar payı gelirinin) yükselmesine neden olmaktadır. Bir önceki dönem toplam faiz gelirinde

(net kar payı gelirinde) meydana gelen %1’lik bir artış cari dönemde toplam varlık gelirinin %0.75 oranında artmasına neden olmaktadır. Sonuçlar sosyal sorumluluk göstergeleri açısından değerlendirildiğinde, cari dönemde bankalarda daha fazla personel çalıştırılmasının bankaların toplam varlık geliri üzerinde azaltıcı bir etki yaptığı söylenebilir. Buna göre, personel sayısında oluşan %1’lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.69 oranında azaltmaktadır. Bankaların toplam varlık gelirinin bankalar tarafından ödenen vergilerden pozitif yönde etkilendiği görülmektedir. Buna göre, bankalar tarafından ödenen vergilerde oluşan %1’lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.18 oranında arttırmaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında meydana gelen bir artış toplam varlık gelirinin artmasına olanak sağlamaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında oluşan %1’lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.14 oranında arttırmaktadır. DUMMY değişkeni dikkate alındığında, konvansiyonel bankaların toplam varlık geliri düzeyinin katılım bankaları ile karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu görülmektedir.

GMM yönteminde, oluşturulmuş olan modelin geçerliliğini ortaya koyabilmek için bazı testler kullanılmaktadır. Bu testler, aşırı tanımlama kısıtlamalarına ve araç değişkenlerin geçerliliğine, modelde ikinci dereceden otokorelasyona ilişkindir. Oluşturulmuş olan modellerin altında, her bir modelle ilgili aşırı tanımlama kısıtlamalarına ve araç değişkenlerin geçerliliğine yönelik Hansen ve Fark Hansen testleri ile otokorelasyonun testine yönelik Arellano ve Bond’un otokorelasyon testi olan AR(1) ve AR(2) sonuçlarına değinilmiştir.

Model 1, Model 2 ve Model 3 ile ilgili dirençli olan Hansen test sonuçlarına göre, aşırı tanımlama kısıtlamalarının geçerli olduğunu ifade eden sıfır hipotezinin reddedildiği, aşırı tanımlama kısıtlamalarının geçerli olmadığı görülmektedir. Farklı bir ifadeyle, modellerde kullanılmış olan araç değişkenler geçerli olmaktadır. Araç değişkenlerin dışsallığını test etmek için kullanılan Fark Hansen test sonuçlarına göre, sıfır hipotezi reddedilememektedir ve araç değişkenler regresyonunda kullanılan araçlar geçerlidir.

Tablo 3.9’da sosyal sorumluluk göstergelerinin bankaların performansını konvansiyonel bankaları ile katılım bankaları açısından karşılaştırmak amacıyla tahminlenen model tahmin sonuçları yer almaktadır. Modelde görüldüğü üzere, tüm bağımsız değişkenler kukla değişken ile çarpılarak elde edilen etkileşim

katsayıları modellere dahil edilmiştir. Dummy değişkeni konvansiyonel bankaları ise 1 değerini, katılım bankaları ise 0 değerini alan kukla değişkeni ifade etmektedir.

Tablo 3.9: Arellano ve Bover/Blundell ve Bond İki Aşamalı Sistem Genelleştirilmiş Momentler Tahmincisi Sonuçları: Konvansiyonel ve Katılım Bankaları Karşılaştırması

	Model 1	Model 2	Model 3
LKR(-1)	0.7594*** (0.0841)	-	-
LFZ(-1)	-	0.7433*** (0.0502)	-
LTV(-1)	-	-	0.7984*** (0.0556)
DUMMY*LCS	-0.8160*** (0.0822)	-0.5272*** (0.0703)	-0.2094*** (0.0503)
DUMMY*LOV	0.5870*** (0.0537)	0.3764*** (0.0587)	0.1408*** (0.0382)
DUMMY*LSSYL	0.1404*** (0.0379)	0.1317*** (0.0416)	0.1202*** (0.0392)
Sabit	3.3956*** (1.1961)	4.0068*** (0.6550)	3.9752*** (0.9515)
AR(1)	-1.70*	-2.52***	-1.00
AR(2)	0.79	1.42	0.97
Hansen	12.75	12.37	10.02
Fark Hansen	0.72	1.30	-1.71

Not: *, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1 önem seviyesinde anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Parantez içindeki rakamlar standart hataları göstermektedir.

Tablo 3.9’da bulunan sonuçlar incelendiğinde, konvansiyonel bankalarda çalışan personel sayısındaki artışın net karlılık üzerindeki azaltıcı etkisinin katılım bankalarına göre %0.81 oranında, net faiz geliri (net kar payı geliri) üzerinde %0.52 ve toplam varlık geliri üzerinde %0.20 oranlarında daha fazla olduğu görülmektedir. Ödenen vergilerdeki artışın konvansiyonel bankalarının sırasıyla net karlılık, net faiz geliri (net kar payı geliri) ve toplam varlık geliri üzerindeki arttırıcı etkilerinin %0.58, %0.37 ve %0.14 oranlarında daha fazla olduğu ifade edilebilir. Son olarak kurumsal sosyal sorumluluk sayısının konvansiyonel bankaların performansı üzerindeki pozitif etkilerinin net karlılık, net faiz geliri (net kar payı geliri) ve toplam varlık geliri açısından katılım bankalarına göre sırasıyla %0.14, %0.13 ve %0.12 oranlarında daha fazla olduğu görülmektedir.

Model 1, Model 2 ve Model 3’e ilişkin dirençli Hansen test sonucuna göre, aşırı tanımlama kısıtlamalarının geçerli olmadığı görülür. Modellerde kullanılan araç değişkenler geçerlidir. Fark Hansen test sonucuna göre, araç değişkenler regresyonunda kullanılan araçlar geçerli olmaktadır.

Tablo 3.10: Sosyal Sorumluluk Göstergelerinin Banka Performansı Üzerindeki Etkilerine İlişkin Banka Bazında Sonuçlar

	Model 1			Model 2			Model 3		
LC	Katsayı	Standart Hata	Olasılık	Katsayı	Standart Hata	Olasılık	Katsayı	Standart Hata	Olasılık
Ziraat Bankası	-1.5645	3.417066	0.6490	-4.92283	2.669836	0.0700	-3.65934	3.569246	0.3100
Vakıf Bank	-0.2898	1.517857	0.8490	-3.56493	1.185938	0.0040	-4.59091	1.585455	0.0050
İş Bankası	-3.85036	3.774173	0.3120	-4.91884	2.948852	0.1010	-2.00512	3.942256	0.6130
Halkbank	-4.15652	2.54672	0.1080	-4.41049	1.989814	0.0310	-5.49314	2.660139	0.0440
Garanti	6.662733	6.677441	0.3230	-2.03546	5.217244	0.6980	0.366713	6.974821	0.9580
Yapı Kredi	-5.30328	3.084999	0.0910	3.773997	2.410384	0.1230	5.797826	3.22239	0.0770
Akbank	-5.47348	2.45498	0.0510	3.034984	2.126460	0.1525	5.367312	3.18209	0.0750
Finansbank	0.990743	1.02089	0.3360	0.465375	0.797646	0.5620	-0.46435	1.066356	0.6650
Denizbank	0.849557	4.259895	0.8430	-2.84364	3.328358	0.3970	-5.43113	4.44961	0.2270
TEB	0.251736	1.135538	0.8250	0.859217	0.887223	0.3370	-0.89875	1.186109	0.4520
Ziraat Katılım	0.233865	0.144288	0.1110	1.13407	0.112736	0.0000	1.082127	0.150714	0.0000
Vakıf Katılım	1.382855	5.673742	0.8080	3.16495	4.43303	0.4780	4.782196	5.926423	0.4230
Kuveyt Türk	1.688915	4.352026	0.6990	-0.28722	3.400342	0.9330	-3.05473	4.545844	0.5040
Albaraka	7.273194	11.31175	0.5230	-3.99964	8.838144	0.6530	-5.1222	11.81552	0.6660
Türkiye Finans	1.858131	1.063238	0.0860	1.590608	0.830733	0.0610	3.19045	1.110589	0.0060
OV	Katsayı	Standart Hata	Olasılık	Katsayı	Standart Hata	Olasılık	Katsayı	Standart Hata	Olasılık
Ziraat Bankası	0.394193	0.117636	0.0010	0.219575	0.091912	0.0200	0.183689	0.122875	0.1410
Vakıf Bank	1.776111	0.443235	0.0000	0.527536	0.34631	0.1330	-0.16414	0.462974	0.7240
İş Bankası	0.948984	0.253412	0.0000	0.443111	0.197997	0.0290	0.232118	0.264698	0.3840
Halkbank	0.530476	0.122033	0.0000	0.378089	0.095347	0.0000	0.296246	0.127468	0.0240
Garanti	0.94378	0.212178	0.0000	0.641809	0.16578	0.0000	0.496986	0.221627	0.0290
Yapı Kredi	0.758862	0.264146	0.0060	0.119519	0.206384	0.5650	-0.00779	0.27591	0.9780
Akbank	0.957811	0.22636	0.0000	0.128075	0.141995	0.5300	-0.99494	0.212671	0.9540
Finansbank	1.130938	0.19029	0.0000	0.95166	0.148678	0.0000	0.848351	0.198764	0.0000
Denizbank	0.793667	0.184552	0.0000	0.459532	0.144195	0.0020	0.2205	0.192771	0.2580

Tablo 3.10 (devamı): Sosyal Sorumluluk Göstergelerinin Banka Performansı Üzerindeki Etkilerine İlişkin Banka Bazında Sonuçlar

	Model 1			Model 2			Model 3		
OV	Katsayı	Standart Hata	Olasılık	Katsayı	Standart Hata	Olasılık	Katsayı	Standart Hata	Olasılık
TEB	0.662454	0.20188	0.0020	0.364165	0.157733	0.0250	0.567129	0.21087	0.0090
Ziraat Katılım	0.729704	0.100319	0.0000	0.272985	0.078382	0.0010	0.187985	0.104787	0.0780
Vakıf Katılım	0.904574	0.247611	0.0010	0.704468	0.193465	0.0010	0.412053	0.258639	0.1170
Kuveyt Türk	0.798173	0.233311	0.0010	0.506884	0.182291	0.0070	0.229308	0.243701	0.3510
Albaraka	0.864597	0.220407	0.0000	0.688848	0.172209	0.0000	0.509617	0.230223	0.0310
Türkiye Finans	0.607462	0.282828	0.0360	0.453618	0.22098	0.0450	0.000655	0.295423	0.9980
SSYL	Katsayı	Standart Hata	Olasılık	Katsayı	Standart Hata	Olasılık	Katsayı	Standart Hata	Olasılık
Ziraat Bankası	0.678397	0.36175	0.0660	0.459276	0.282644	0.1100	0.321207	0.37786	0.3990
Vakıf Bank	-0.52401	0.379599	0.1730	0.094174	0.29659	0.7520	0.231505	0.396504	0.5620
İş Bankası	0.180806	0.303816	0.5540	-0.30201	0.237378	0.2090	-0.30159	0.317346	0.3460
Halkbank	0.379137	0.198091	0.0610	0.169838	0.154773	0.2770	0.149312	0.206913	0.4740
Garanti	0.123503	0.238772	0.6070	0.080814	0.186558	0.6670	0.011336	0.249406	0.9640
Yapı Kredi	-0.09201	0.937408	0.9220	1.038623	0.732419	0.1620	0.655481	0.979155	0.5060
Akbank	-0.04208	0.411059	0.7240	1.065518	0.762458	0.1570	0.620489	0.87757	0.4930
Finansbank	1.823245	1.121044	0.1090	0.971925	0.875898	0.2720	0.322719	1.17097	0.7840
Denizbank	-0.29391	0.338724	0.3890	-0.15518	0.264653	0.5600	-0.08642	0.353809	0.8080
TEB	0.025211	0.211891	0.9060	0.062432	0.165555	0.7080	-0.04816	0.221328	0.8290
Ziraat Katılım	0.056367	0.270497	0.8360	0.081294	0.211346	0.7020	0.117429	0.282544	0.6790
Vakıf Katılım	-0.44503	0.31157	0.1590	-0.03164	0.243437	0.8970	0.246134	0.325446	0.4530
Kuveyt Türk	0.522885	0.445804	0.2460	0.499345	0.348317	0.1570	0.214231	0.465657	0.6470
Albaraka	-0.20447	0.27344	0.4580	0.347867	0.213645	0.1090	0.46825	0.285617	0.1070
Türkiye Finans	0.9257	0.456801	0.0470	0.699078	0.356909	0.0550	0.035035	0.477144	0.9420
Sabit	-1.11795	12.11964	0.9270	19.63316	9.469369	0.0430	25.11979	12.65939	0.0520

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, işletmelerin gönüllü olarak bütün paydaşlarına olan sorumluluklarını içermektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte artan rekabet sonucunda büyük fark yaratmak isteyen işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında bazı harcamalar yapmaları gerekmiştir. Yapılan harcamalar kaynakta azalma olarak görülse de uzun vadede olumlu yönde artış sağladığı görülmektedir. Toplumsal hayatın değişmesiyle beraber yatırımcılar herhangi bir şirkete yatırım yapmadan önce şirketin sosyal sorumluluk alanında yapmış olduğu çalışmaları incelemeye başlarlar ve buna göre yatırımlarını yönlendirirler. Aynı zamanda kurumsal sosyal sorumluluk müşteri sadakati, iyi bir imaj oluşturma ve uzun vadede tanınmışlık ile başarısına katkıda bulunur. Kurumsal sosyal sorumluluk ve bankacılık performansları arasındaki etki sebebiyle, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem vermeleri gerektiği ve beklentilerin dikkate alınarak yeni karar alınmasının gerektiği düşünülebilir. Kurumsal sosyal sorumluluk düzeyinin bankacılık performansları üzerindeki etkisi ile ilgili bazı çalışmalar yapılmış olsa da yapılan çalışmaların yeterli olduğu düşünülmemelidir.

Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin gönüllülük esasına göre ve ortakların beklentilerine cevap verebilmek için gerçekleştirdiği bir çalışmadır. Bu çalışma hem bankalara hem de topluma pozitif katkılarda bulunmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ihtiyaçlara, zamana ve kültürel değişime göre farklılık gösterebilir.

Çalışmada, Türkiye'deki bankacılık sektörünün kurumsal sosyal sorumluluk düzeyinin bankacılık performansı üzerindeki etkisini araştırmak amaçlanmıştır. Çalışmada ele alınan bankalar katılım bankaları ve konvansiyonel bankalar olarak ele alınmıştır. Konvansiyonel bankalar arasından aktif büyüklüğüne göre ilk on banka ele alınmıştır. Katılım bankaları arasından da beş banka çalışmaya dahil edilmiştir. Dönem olarak ise 2015 ve 2022 yılları ele alınmıştır. Çalışmada yıllık veriler dikkate alınmıştır.

Çalışmada panel veri analizinden yararlanılmıştır. Çalışmada, Kısa *T* Dinamik Panel Veri Modelleri kullanılmıştır. Dinamik panel veri modelinde; içsellik testleri, aşırı tanımlama kısıtlarının testleri ve otokorelasyon testleri kullanılmıştır. İçsellik testinde, Durbin'in Score testi ve *F* dağılımı gösteren Wu-

Hausman testi kullanılmaktadır. Aşırı tanımlama kısıtlarının test edilmesinde Sargan testi ve Fark-Sargan testleri, dirençli tahmincilerin varlığında ise Wooldridge'nin dirençli score testi ve Fark-Hansen testleri kullanılmaktadır. Otokorelasyonun varlığını test etmek için Arellano ve Bond tarafından önerilen test kullanılmaktadır.

Konvansiyonel ve katılım bankaları için sosyal sorumluluk uygulamalarının performansları üzerindeki etkilerini gösterebilmek için oluşturulan Model 1, Model 2 ve Model 3 için Delta homojenlik testi uygulanmıştır.

Çalışmada, bankacılık sektöründe sosyal sorumluluk göstergeleri ile bankaların performans göstergeleri arasında olumlu bir ilişki olduğu görülmektedir.

Bankacılık performans göstergeleri bakımından konvansiyonel bankaların ortalama net karlılık, net faiz ve toplam varlık düzeyleri katılım bankalarına göre daha yüksek seviyededir. Sosyal sorumluluk göstergeleri bakımından incelendiğinde ise, konvansiyonel bankalara ilişkin ortalama bankalarda çalışan personel sayısı, bankalar tarafından ödenen vergi miktarı ve sosyal sorumluluk kelimesinin kullanım sayısı düzeylerinin katılım bankalarına kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Riskin ifade edildiği standart sapma değerleri dikkate alındığındaysa, bankacılık performans göstergeleri bakımından konvansiyonel bankaların kendi içindeki kırılganlığı, bankalar arasındaki kırılganlıktan daha düşük olduğu görülür. Aynı sonuç katılım bankaları içinde geçerlidir. Bununla beraber, konvansiyonel ve katılım bankaları için sosyal sorumluluk göstergeleri bakımından bankalar içi kırılganlığın bankalar arasındaki kırılganlıktan daha yüksek olduğu görülmüştür.

Bankacılık performans göstergeleri ve sosyal sorumluluk göstergelerine ilişkin yatay kesit bağımlılığı test sonuçlarına baktığımızda, yatay kesit denkleminde bulunan hata terimleri arasında korelasyonun bulunduğunu söyleyen sıfır hipotezinin reddedildiği, dolayısıyla performans göstergeleri ve sosyal sorumluluk göstergeleriyle ilgili değişkenlerin tümü için yatay kesit bağımlılığının var olduğu görülmektedir.

Sabit terimli birim kök test sonuçlarına göre, KR, FZ, TV, CS ve SSYL değişkenlerinin %5 önem seviyesinde düzey değerlerinde durağan olmadıkları ve birinci farkları alındığı zaman durağan duruma ulaştıkları görülmüştür. OV

değişkeni ise düzey değerinde durağandır. Sabit terimli ve trendli birim kök test sonuçları bakımından değerlendirildiğinde, KR, FZ, CS ve SSYL değişkenlerinin %5 önem seviyesinde birinci farklarında durağan oldukları, TV ve OV değişkenlerininse düzey değerlerinde durağan oldukları görülmüştür.

Konvansiyonel bankalar ve katılım bankaları için sosyal sorumluluk uygulamalarının performansları üzerindeki etkilerini ortaya koymak için oluşturulan modellere Delta homojenlik testi uygulanmıştır. Testte sıfır hipotezi, eğim katsayılarının tümünün yatay kesit birimler karşısında aynı olduklarını, alternatif hipotez ise eğim katsayılarının yatay kesit birimlerine göre değiştiğini varsaymaktadır.

Homojenlik test sonuçlarına göre, sosyal sorumluluk uygulamalarının konvansiyonel bankalar ve katılım bankalarının performansını gösterebilmek amacıyla oluşturulmuş olan modeller için %5 önem seviyesinde eğim katsayılarının tümünün yatay kesit birimler karşısında aynı olduklarını ifade eden sıfır hipotezinin reddedilemediği görülür. Bu bulgu modellerin tümünde eğim katsayılarının homojen olduğunu göstermektedir.

Modellerde gözlenemeyen heterojenliğin anlamlılığını test etmek için, F testi ve Breusch-Pagan LM testinden faydalanılmıştır. F testi, sabit etkiler modelinde gözlenemeyen heterojenliği test etmektedir. Breusch-Pagan LM testi rassal etkiler modelinde gözlenemeyen heterojenliği test etmektedir.

F testi sonuçlarına göre, sosyal sorumluluk uygulamalarının bankaların performansını nasıl etkilediğini incelemek için oluşturulmuş olan modellerin tümü için birim etkilerin sıfıra eşit olduğunu söyleyen sıfır hipotezinin reddedildiği görülür. Bu sonuç, birim etkilerin varlığını ortaya koymaktadır.

Breusch-Pagan LM testinin sonuçlarına baktığımızda, sosyal sorumluluk uygulamalarının bankaların performansı üzerindeki etkilerini incelemek için oluşturulan modellerin tümü için rassal birim etkilerin varyansının sıfır olduğunu söyleyen sıfır hipotezinin reddedildiği görülür. Bu sonuç, birim etkilerin geçerli olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, birimler arası korelasyonun olmadığını söyleyen sıfır hipotezinin reddedilemediği görülür. Bu sonuç modellerin tümü için birimler arası korelasyonun olmadığını ifade etmektedir.

Sosyal sorumluluk göstergelerinin konvansiyonel bankalar ve katılım bankalarının performansı üzerindeki etkilerinin birimler arası korelasyonsuz sabit

parametreleri heterojen, eğim katsayıları homojen Arellano ve Bover, Blundell ve Bond'un İki Aşamalı Sistem Genelleştirilmiş Momentler tahmin sonuçları aşağıdaki gibidir.

Model 1'in tahmin sonucuna göre, bir dönem önce net karlılıkta meydana gelen artış cari dönemde yükselmektedir. Bir önceki dönem net karlılıkta oluşan %1'lik bir artış cari dönemde net karlılığın %0.30 oranında artmasına neden olmuştur. Sonuçları sosyal sorumluluk göstergeleri olarak değerlendirdiğimizde ise, cari dönemde bankalarda daha fazla personel çalıştırılmasının bankaların net karlılığı üzerinde azaltıcı bir etki yarattığı görülür. Bu durumda, personel sayısında oluşan %1'lik bir artış bankacılık sektörü net karını %0.7 oranında azaltmaktadır. Bankaların net karlarının cari dönemde bankalar tarafından ödenen vergilerden pozitif yönde etkilendiği görülür. Bu durumda, bankalar tarafından ödenen vergilerde oluşan %1'lik bir artış bankacılık sektörünün karlılığını %0.69 oranında arttırmaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında meydana gelen bir artış net karın artmasında da olanak sağlar. Sosyal sorumluluk sayısında oluşan %1'lik bir artış bankacılık sektörü net karını %0.10 oranında arttırmaktadır. DUMMY değişkeni, konvansiyonel bankalar ise 1, katılım bankaları ise 0 değerini alan kukla değişkeni göstermektedir. Bu durumda konvansiyonel bankaların net karlılık düzeyinin katılım bankaları ile karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu görülmektedir.

Model 2 tahmin sonucuna göre, bir dönem önceki net faiz gelirinde (net kar payı gelirinde) meydana gelen artış cari dönemde net faiz gelirinin (net kar payı gelirinin) yükselmesine neden olmaktadır. Bir önceki dönem net faiz gelirinde (net kar payı gelirinde) oluşan %1'lik bir artış cari dönemde net faiz gelirinin (net kar payı gelirinin) %0.81 oranında artmasına neden olmaktadır. Sonuçlar sosyal sorumluluk göstergeleri bakımından değerlendirildiğinde, cari dönemde bankalarda daha fazla personel çalıştırılmasının bankaların net faiz geliri (net kar payı geliri) üzerinde azaltıcı bir etki yarattığı söylenebilir. Buna göre, personel sayısında oluşan %1'lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.72 oranında azaltmaktadır. Bankaların net faiz geliri (net kar payı geliri) bankalar tarafından ödenen vergilerden pozitif yönde etkilenmektedir. Bu durumda, bankalar tarafından ödenen vergilerde oluşan %1'lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.28 oranında arttırmaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında meydana gelen bir artış net faiz

gelirinin (net kar payı gelirinin) artmasına imkân sağlamaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında oluşan %1’lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.12 oranında arttırmaktadır. DUMMY değişkeni dikkate alındığında ise, konvansiyonel bankaların net faiz geliri (net kar payı geliri) düzeyinin katılım bankaları ile karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu görülmektedir.

Model 3 tahmin sonucuna göre, bir önceki dönem bankaların toplam gelirindeki artışın cari dönemde net faiz gelirinin (net kar payı gelirinin) yükselmesine neden olduğu görülür. Bir önceki dönem toplam faiz gelirinde (net kar payı gelirinde) meydana gelen %1’lik bir artış cari dönemde toplam varlık gelirinin %0.75 oranında artmasına neden olmaktadır. Sonuçlar sosyal sorumluluk göstergeleri bakımından değerlendirildiğindeyse, cari dönemde bankalarda daha fazla personel çalıştırılmasının bankaların toplam varlık geliri üzerinde azaltıcı bir etki yarattığı görülmektedir. Buna göre, personel sayılarından oluşan %1’lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.69 oranında azaltmaktadır. Bankaların toplam varlık gelirinin bankalar tarafından ödenen vergilerden pozitif yönde etkilendiği görülür. Buna göre, bankalar tarafından ödenen vergilerde oluşan %1’lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.18 oranında arttırmaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında meydana gelen bir artış toplam varlık gelirinin artmasına imkân sağlamaktadır. Sosyal sorumluluk sayısında oluşan %1’lik bir artış bankacılık sektörü net faiz gelirini (net kar payı gelirini) %0.14 oranında arttırmaktadır. DUMMY değişkenine bakıldığında ise, konvansiyonel bankaların toplam varlık geliri düzeyinin katılım bankaları ile karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu görülür.

Konvansiyonel bankalarında çalışan personel sayısında meydana gelen artışın net karlılık üzerindeki azaltıcı etkisi katılım bankalarına göre %0.81 oranında, net faiz geliri (net kar payı geliri) üzerinde %0.52 ve toplam varlık geliri üzerinde %0.20 oranlarında daha fazla olduğu görülmektedir. Ödenen vergilerdeki artışın konvansiyonel bankaların sırasıyla net karlılık, net faiz geliri (net kar payı geliri) ve toplam varlık geliri üzerindeki arttırıcı etkilerinin %0.58, %0.37 ve %0.14 oranlarında daha fazla oldukları görülür. Kurumsal sosyal sorumluluk sayısının konvansiyonel bankaların performansı üzerindeki pozitif etkilerinin net karlılık, net faiz geliri (net kar payı geliri) ve toplam varlık geliri bakımından

katılım bankalarına göre sırasıyla %0.14, %0.13 ve %0.12 oranlarında daha fazla olduğu görülür.

Sonuç olarak baktığımızda, konvansiyonel bankaların katılım bankalarına göre sosyal sorumluluk alanında daha fazla çalışması bulunmaktadır ve bu alanda daha aktif çalışmaktadırlar.

Çalışmamızdaki bulgulara aşağıdaki öneriler yapılabilir:

- Katılım bankaları konvansiyonel bankalar gibi farklı alanlarda da sosyal sorumluluk projeleri ortaya çıkarabilir.
- Katılım bankaları kendi müşteri kitlelerine özgü sosyal sorumluluk projeleri ortaya koymalıdır.
- Bankalar tarafından yapılacak KSS projelerinin toplumun her kesimine ulaşabilecek projeler olmasına dikkat edilmelidir.
- Farklı ülkelerde gerçekleştirilen KSS uygulamaları ülkemiz tarafından örnek alınıp hayata geçirilebilir.
- “Sürdürülebilirlik” kavramı üzerine yapılacak projelere ağırlık verilmelidir.
- Bankacılık sektörü krizlerine karşı, bankaların KSS projeleri için ayırdıkları miktar güvence altına alınmalıdır.
- KSS alanında bankacılık sektöründe bulunan mevcut dernek ve vakıflarla projeler gerçekleştirilip KSS projelerinin finansman yükü paylaşılabilir.
- Sosyal sorumluluk projeleri hakkında bankanın iç ve dış müşterileri daha çok bilgilendirilmelidir.
- Sosyal sorumluluk projelerinin tanıtımı ve kurumsal imajı için reklama daha çok ağırlık verilmelidir.
- Bankalar finansal raporları yayınladıkları gibi sosyal sorumluluk raporlarını da yayınlamalıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsallaşmasını tamamlayan her kurum için stratejik öneme sahip bir konudur. Ekonomi ve finans alanında pazar payını korumak isteyen her banka bu konuda etkin nitelikte açıklamalar yapması ve uygulamalar ortaya koyması beklenir.

Yapılan çalışmalara baktığımızda, şirketler üzerinde KSS araştırmaları, cinsiyet üzerine yapılan KSS çalışmaları, firmaların yayınladığı KSS raporları,

BIST ile ilgili çalışmalar, KSS algısı, özel sektörde KSS anlayışı, sermaye piyasaları üzerine araştırma, İMKB ile ilgili çalışmalar, kurumsal sosyal sorumluluğun markalar üzerindeki etkileri, finansal performans üzerindeki etkileri, kurumsal sürdürülebilirlik üzerine araştırmalar, örgütsel açıdan değerlendirme gibi çalışmalar yapılmıştır. Bankacılık alanında özellikle katılım ve konvansiyonel bankalar açısından kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili çalışmaların sayısı çok az sayıdadır. Genellikle işletmeler üzerinde ve özel sektör üzerinde yapılmış çalışmalar daha fazladır. Yapılan bu tez çalışması ise diğer çalışmalardan farklı olarak konvansiyonel ve katılım bankaları arasında çok sayıda bankayı ele alarak bazı karşılaştırmalar yapmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk konusu üzerine çok sayıda çalışma bulunsada iki banka türünün karşılaştırması olarak yapılan çalışmalar çok azdır.

Esmâ Boydak'ın (2020) çalışmasında, kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin banka tercihine etkisi üzerine bir araştırma yapılmıştır. İlgili çalışmada SPSS yardımıyla analiz yapılmıştır. Biri katılım diğeri konvansiyonel banka olmak üzere iki bankanın karşılaştırması yapılmıştır. Yapılan anketlerin bir sonucu olarak katılım bankası müşterilerinin kurumsal sosyal sorumluluğa bağlı banka tercihi eğilimlerinin diğerkonvansiyonel bankaya göre daha yüksek olduğu ulaşılan sonuçlardan bir tanesidir.

Deniz Selçuk'un (2021) çalışmasında ise, kurumsal sosyal sorumluluk düzeyi ile finansal performans arasındaki ilişkinin panel veri analizi yöntemi ile BIST 100'de faaliyet gösteren bankacılık sektöründe bir uygulama gerçekleştirilmiştir. BIST100 endeksi içerisinde yer alan bankaların finansal göstergelerinden hareketle kurumsal sosyal sorumluluk düzeyleri ile performansları arasındaki ilişki test edilmek istenmiştir. Çalışmanın sonucunda, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gösteren bankaların finansal performansının olumlu olarak etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Farhoud Farajollahi (2016) çalışmasında, bankacılık sektöründe KSS açıklamalarının finansal performans üzerindeki etkilerini inceleyerek BIST-30 üzerinde bir uygulama gerçekleştirmiştir. Ulaşılan sonuçlar neticesinde uzun vadede karlılık, verimlilik ve etkinlik düzeylerini etkileyen kurumsal sosyal sorumluluk başlıklarında somut hedefler ile hareket etmeleri için yönetim kurullarının bazı tedbirler almaları gerekmektedir. Bankaların hazırlamış oldukları

faaliyet raporlarında ele aldıkları kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili başlıklara yönelik yeterli düzeyde ve daha detaylı açıklamalarda bulunmaları gerekmektedir.

Gizem Nur Kutlukaya (2023) çalışmasında, Türk bankacılık sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk üzerine bir uygulama gerçekleştirmiştir. Çalışmada çevresel performans boyutuyla bankacılık sektörünün KSS uygulamaları incelenmiştir. Sonuçlara göre, Türk bankacılık sektöründe KSS raporlamasının kapsamının geniş olduğu görülmüştür. Halka açık olarak Türk mevduat bankalarının en çok açıkladığı kalemlerden olan çevreyle ilgili maddelerin gözle görülür şekilde arttığı anlaşılmıştır. Yapılan skorumla sonucu, çevresel açıklamalar açısından ortalamalar karşılaştırıldığında özel bankaların ilk sırada yer aldıkları görülmüştür.

Kadriye Akmeşe (2015) çalışmasında, KSS raporlamasına değinerek Türk bankacılık sektöründe bir araştırma gerçekleştirmiştir. Çalışmasında, kurumsal sosyal sorumluluğun nasıl önemli bir unsur haline geldiğini gözlemlemiştir. Bankaların asıl amacı olan kâr sağlama konusunda da uzun vadede avantajlı duruma geldiği sonucunu elde etmiştir. Genel olarak bankaların raporlama konusunun daha çok üzerinde durulması gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

Yapılan tez çalışmasında katılım bankaları ve konvansiyonel bankaların kurumsal sosyal sorumluluk bakımından karşılaştırılmasında panel veri analizinden faydalanılmıştır. Çalışmada çok sayıda banka üzerinden karşılaştırma yapılmıştır. Bankacılık sektöründe sosyal sorumluluk göstergeleriyle bankaların performans göstergeleri arasında olumlu bir ilişki olduğu görülmüştür. Çalışmaya farklı sektör verileri dâhil edilerek veya farklı kuruluşlar üzerinde benzer modeller geliştirilerek çeşitli çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

(Bu tez çalışmasında APA6 atıf sistemi kullanılmıştır.)

- Akbaş, E. (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Tüketici Marka Bağlılığına Etkisinin Araştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akcan, A. Tayfur. (2012). *Faizsiz Bankacılık Sisteminin Bankacılık Sistemi İçindeki Yeri: Türkiye’de Karşılaştırmalı Genel Durum Analizi*. (Yüksek Lisans Tezi). Uşak: Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdemir, A., Kasımoğlu, M. ve Kutlutürk, M.M. (2003). Yönetmelik Yazının Gündemindeki Tartışmalar. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1-2), 21-29.
- Akgeyik, T. (2007). “İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutuyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk”. *İ.Ü. İktisat Fakültesi Sosyal Siyaset Konferansları* (52. Kitap) içinde (s.65-105).
- Akhan, A. (2010). “Katılım Bankaları ile Mevduat Bankaları Müşteri Odaklarının Karşılaştırılması” (Dönem Tezi). Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi.
- Akhüseyinoğlu, A. (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Yürütülmesinde Kurumsal İletişim Araçlarının Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktan, C.C. ve Börü, D. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. (Ed. Coşkun Can Aktan). İGİAD Yayınları 4.
- Akyar, H. (2008). *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Alan Çalışması*. (Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alparslan, A. (2012). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı Arasındaki İlişki: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme*. (Yüksek Lisans Tezi). Van: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altan, M. (2001). *Fonksiyonlar ve İşlemler Açısından Bankacılık*. Beta Yayınları, s.60.
- Apak, S. (2006). “2006 Yılı Başında Türk Bankacılık Sektörü”. *Mufad Dergisi*, Sayı 31, 28.
- Ataman, G. (2001). *İşletme Yönetimi: Temel Kavramlar ve Yeni Yaklaşımlar*, Türkmen Kitabevi.
- Atmaca, E. (2013). *Türk Bankacılık Sektöründe Yabancı Sermayeli Bankaların Yeri ve Finansal Performanslarının Analizi*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Ay, Ü. (2003). *İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk*. Nobel Kitabevi.
- Aydede, C. (2007). *Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Mediacat Kitapları.
- Aydemir, O. (1998). *Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sponsorluk* (1. Baskı) içinde (s.19). Epsilon Yayıncılık.
- Aydemir, E. (2012). *Hastanelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması: Bir Vak’a Çalışması*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydemir, N. (2004). “Dünden Bugüne Türkiye’de Bankacılık”, Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Derneği Yayınları.

- Babuşcu, Ş. (2001). *Temel Bankacılık, Türkiye Bankalar Birliği Eğitim ve Tanıtım Grubu Seminer* (7), İstanbul.
- Bakdur, A. (2003). “Bankacılık Sektörünü Düzenleyen Kurumların Yapıları: Ülke Uygulamaları ve Türkiye için Öneri” (s.11), (DPT Uzmanlık Tezleri).
- Bakırtaş, H. (2005). *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: Konaklama Sektöründe Bir Uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baltagi. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data*, Springer.
- Baş, M. (2008) “Spor Sponsorluğu ve Spor Federasyonlarının Sponsorluğa Bakışı Üzerine Bir Araştırma”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(3), 111-124.
- Başer, U. (2015). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayrak, S. (2001). *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*. Beta Yayınları.
- Bayraktar, T. (2014). Sivil Toplum Kuruluşları’nın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı: SA 8000 Uygulanabilirliği. *TÜHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 25(3-4-5-6), 35-44.
- Bayraktaroğlu, G., İltar, B., ve Tanyeri, M. (2009). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru*. Literatür Yayıncılık.
- Becan, C. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Paydaş Teorisi ve İletişim Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi: Bankaların Basın Bültenlerine Yönelik Bir İçerik Analizi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(1), 16-35- 35.
- Bilir, A. (2010). “Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma”. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Boatright, J. R., *Ethics and the Conduct of Business*, New Jersey: Prentice Hall, 2003.
- Boydak, E. (2020). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Banka Tercihine Etkisi (Geleneksel Bankalar ve Katılım Bankaları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz)*. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bulut, H. (2009). *Katılım Bankacılığında İki Yeni Finansal Teknik Önerisi: Mudaraba-Risk Sermayesi Yatırım Ortaklıkları ve Mudaraba-Risk Sermayesi Yatırım Fonları*, Türkiye Katılım Bankaları Birliği.
- Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*.
- Ciğerdelen, T. (2006). STK, Özel Sektör, Halkla İlişkiler ve Sosyal Sorumluluk Kampanyaları. *STK-Özel Sektör-Devlet Etkileşimi Bildiriler Kitabı*, 137-144.
- Coşkun, G. ve Akıncı Vural, Z.B. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(1).
- Coşkun, G. (2010). “Kurumsal Pazarlama ve Sosyal Sorumluluk”. Nobel Yayın Dağıtım.
- Coşkun, M.N. v.d. (2012). “Türkiye’de Bankacılık Sektörü Piyasa Yapısı, Firma Davranışları ve Rekabet Analizi”, s.5.
- Cömert, Y. ve Sağır, G. (2013). Amaca Yönelik Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Kararına Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 233-251.
- Çelik, A. (2007). “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. (Ed. Coşkun Can Aktan), İGİAD Yayın No. 4, 72-75.

- Damlamian, C. (2006). Corporate-NGO Partnerships for Sustainable Development. *College Undergraduate Research Electronic Journal*, 1-48.
- Darcın, Ahmet C. (2007). “Özel Finans Kurumlarının Katılım Bankalarına Dönüşümünün Sebepleri ve Sonuçları”. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- David W., Grigsby, Michael J. Stahl (1997). *Strategic Management: Total Quality and Global Competition*, Blacwell Pub, 1997, s.4.
- Demir, S. (2009). *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişimi ve Unilever Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, İ. Çağrı (2013). *Katılım Bankaları Performans Analizi*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, Ö. (2014). Banka Türleri. F. Kaya (Ed.), *Bankacılık Giriş ve İlkeleri* (3.baskı) içinde (s.71-87). Beta Yayınları.
- Durmaz, T. (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Çağrışı ve Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisi ve Bir İşletme Uygulaması*. (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ece, N. (2011). “Dünya ve Türk Bankacılık Sektöründe İslam Bankalarının Gelişimi”. *Akademik Bakış Dergisi*, (25), s.3. Temmuz-Ağustos.
- Erdem, E. (2010). *"Para Banka ve Finansal Sistem"*. Detay Yayıncılık.
- Erol, E. (2000). *İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. Beta Basım Yayım.
- Ersöz, H.Y. (2009). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek Kuruluşlarının Rolü. *İktisat Fakültesi, Sosyal Siyaset Konferansları* (88), 57.Kitap.
- Fidan, Z. ve Şentürk, Z.A. (2017). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Çalışmalarında İşbirliği "Akbank, Garanti Bankası ve Türkiye İş Bankası Üzerine Bir İnceleme"*. 26.
- Glac, Katherina (2014). The Influence of Shareholders on Corporate Social Responsibility, *Economics, Management and Financial Markets*, 9(3), 1-40.
- Güler, M. (2001). “Türk Bankacılık Sektörünün Sorunları ve Geleceği”. Ankara Ticaret Odası Yayınları.
- Gültekin, N., Çelik, A. ve Aykanat, Ş. (2007). “Sosyal ve Hukuki Boyutu ile İşletmelerin Çevreye Karşı Sorumluluğu”. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(27).
- Güngör, C. R. (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının İşletmeye Olan Katkıları*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hausman, J.A. (1978), “Specification Test in Econometrics”, *Econometrica*, 46(6), 1251-1271.
- İbişoğlu, A. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Vestel Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kağnıcıoğlu, D. (2007). *Endüstri İlişkileri Boyutuyla Sosyal Sorumluluk*. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Karakoç, Y. (2011). *Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankacılığının Yeri ve İşleyişi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Beykent Üniversitesi.
- Kaya F. (2014). “Bankacılık Giriş ve İlkeleri”, Beta Yayınları.
- Kaya F. (2017). *Katılım Bankacılığı*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

- Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği*. 9.basım. Beta Yayınevi.
- Korkmaz, S. (2009). *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları*. 1.Basım. Umuttepe Yayınları.
- Kotler, P. ve Lee, N. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. (S. Kaçamak, Çev.) MediCat Yayınları.
- Lantos, G.P. (2001). "The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility". *Journal of Consumer Marketing*, 18 (7).
- Matyas, L. ve Sevestre, P. (2008). *Advanced Studies in Theoretical and Applied Econometrics The Econometrics of Panel Data: Fundamentals and Recent Developments in Theory and Practice*. Springer, Third Edition.
- Minareci, Y. (2007). *Turizm İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Sosyal Sorumluluk: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. (Tezsiz Yüksek Lisans Projesi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öktem, M.K., Sadioğlu, U. ve Turgut, N. (2017). Yönetmel Sürecin Bir Fonksiyonu Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk. *Marmara Üniversitesi*, 5(1), 83-112.
- Özarslan, E. ve Çerik, Ş. (2008). "Çalışanların Sosyal Sorumluluk Boyutlarına İlişkin Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama". *Ege Akademik Bakış*.
- Özgen, E. (2006). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri*. 1. Basım, Maviyağaç.
- Öztürk, M.C. (2013). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Gelişimi". 2-20. Anadolu Üniversitesi. Eskişehir.
- Özulucan, A. ve Özdemir, F.S. (2010). *Katılım Bankacılığı*. Türkmen Kitabevi.
- Özüpek, M.N. (2013). *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*. Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Özüpek, M.N. (2005). "Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk". Tablet Kitabevi.
- Özüpek, N. (2004). *Kurum İmajında Sosyal Sorumluluk Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma*. (Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parasız İ. (2000). "Para Banka ve Finansal Piyasalar". Ezgi Kitabevi.
- Parasız, İ. (1997). "Para Banka ve Finansal Piyasalar: Teori ve Politika". 6. Baskı, 92-93, Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Parasız, İ. (2000). *Modern Bankacılık: Teori ve Uygulama*. s.82, 5-6, Banksis Yayınları.
- Pelit, E., Keleş, Y. ve Çakır, M. (2009). Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(2), 19-30.
- Pesaran, M.H. (2015). Testing weak cross-sectional dependence in large panels. *Econometric reviews*, 34(6-10), 1089-1117.
- Polat A. (2009). "Katılım Bankacılığı, Dünya Uygulamalarına İlişkin Fırsatlar-Sorunlar; Türkiye İçin Projeksiyonlar". Türkiye Katılım Bankaları Birliği.
- Pusak, S. (2014). "Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Araştırma; Şirketlerin Periyodik Yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İçerik Analizi". (Yüksek Lisans Tezi). Mersin: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Reichel, J. ve Rudnicka, A. (2009). Collaboration of NGOs And Business in Poland. *Social Enterprise Journal*, 5, 126-140.
- Savaş, V. (2000). *İktisadın Tarihi*. Siyasal Kitabevi.

- Selçuk, B. ve Kozanoğlu, H. (2007). “Yeniden Yapılandırma Sonrası Türk Bankacılık Sistemi”. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(28), 229.
- Selçuk, D. (2021). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeyi İle Finansal Performans Arasındaki İlişkinin Panel Veri Yöntemi İle Analizi: Bist 100’de Faaliyet Gösteren Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama (2009-2018)*. (Yüksek Lisans Tezi). Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sohodol Bir, Ç. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*. (Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Stoner, J.A., ve Freeman, R.E. (1989). *Management—Fourth Edition*. Prentice Hall PTR.
- Şahin, L. ve Yıldırım, K. (2008). “İşletmelerde İş Ahlakı Uygulamaları İçin Genel Çerçeve”. *İş Ahlakı Dergisi*, 1(1), 55-66, İstanbul.
- Tabakoğlu, A. (2006). “İslam Dünyasında Para ve Bankacılık Tecrübesi” *Türkiye’de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama Sempozyumu*. İstanbul.
- Takan, M. (2001). *“Bankacılık Teori, Uygulama ve Yönetim”*. Nobel Yayınları.
- Taşlıyan, M. (2012). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Modern İş Dünyasının Vicdani Gereği”. *Ankara Sanayi Odası Yayın Organı*, 23-42.
- Tatoğlu, F.Y. (2012). *İleri Panel Veri Analizi Stata Uygulamalı*. Beta Yayınevi.
- Tatoğlu, F.Y. (2018). *Panel Veri Ekonometrisi Stata Uygulamalı*. Beta Basım Yayım.
- Tıngır, E. (2006). *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Sadakatine Etkileri Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tosun, N.B. (2003). *Pazarlama Halkla İlişkileri ve Reklam Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönlü Bir Yaklaşım*. Türkmen Kitabevi.
- Trang, Thi Thuy (2011). *Corporate Social Responsibility Reporting in Large Listed Vietnamese Companies*. (Doktora Tezi). Helsinki: Lahti University of Applied Science.
- TBB. (2008). “50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi ‘1958-2007’”. TBB Yayınları, Yayın No:262, s.1.
- TKBB. (2005). *Faizsiz Bankacılıkla İlgili En İyi ve En Yeterli Düzenlemeler Türkiye’de*. TKBB Yayınları, s.38.
- Ustaoglu, D. (2014). *Türkiye’de Katılım Bankacılığı Sektöründeki Yeri ve Önemi*. (Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Wooldridge, J.M. (2010). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. MIT Press.
- Yardımcıoğlu, M. ve Büyükşalvarcı, A. (2007). “Bankacılık Sektörü Pratiğinde Faaliyet Tabanlı Maliyet Sistemi”. *Maliye Dergisi*, 153, s.143.
- Yönet, E. (2005). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç: Stratejik Sorumluluk. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 239-264.
- Yüceldi, U. (2009). “Yazılı ve Görsel Basında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka İmajına Etkisi”. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zoroğlu, E. (2001). *Türk Otomotiv Sektöründe Sosyal Sorumluluk Uygulamaları*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.