**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ARAŞTIRMALARININ STRATEJİK YÖNETİM ALANINDAKİ GELİŞİM ÖYKÜSÜ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

Mehmet Bağış[[1]](#footnote-1)

# Özet

Bu araştırmanın amacı 2010-2021 arasında kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının, stratejik yönetim alanındaki gelişim örüntüsünü incelemektir. Araştırmaya Web of Science veri tabanında stratejik yönetim alanıyla ilgili 4 kaynak dâhil edilmiştir: i) Strategic Management Journal, ii) Business Strategy and The Environment, iii) Strategica ve iv) Advances in Business Strategy and Competitive Advantage. Verilerin analizinde bibliyometrik analiz tekniklerinden ortak kelime ve ortak atıf analizleri kullanılmıştır. Ayrıca ortak atıf analizi bulguları üzerinde nitel içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Bulgular, her iki alanın kesişimi sonucunda stratejik ve duyarlı kurumsal sosyal sorumluluk şeklinde iki farklı görüşün ortaya çıktığını göstermektedir. Bununla birlikte alanda öne çıkan konular şu başlıklar altında toplanmaktadır: Kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, çevresel politikalar, paydaş katılımı, çevre yönetimi, firma performansı, kurumsal yönetişim, paydaşlar, sürdürülebilir raporlama. Son olarak bulgular üst yönetim teorisi, kaynak temelli görüş, meşruiyet teorisi, paydaş teorisi, vekâlet kuramı, kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı, atfetme teorisi ve sosyal kimlik teorisinin alanda baskın olarak kullanıldığını göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Stratejik yönetim, kurumsal sosyal sorumluluk, bibliyometrik analizler, stratejik ve duyarlı kurumsal sosyal sorumluluk.

**AN INVESTIGATION ON THE DEVELOPMENT STORY OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY RESEARCH IN STRATEGIC MANAGEMENT**

**Abstract**

The purpose of this research is to examine the development pattern of corporate social responsibility research in the field of strategic management between 2010-2021. Four sources on strategic management were included in the research in the Web of Science database: i) Strategic Management Journal, ii) Business Strategy and The Environment, iii) Strategica, and iv) Advances in Business Strategy and Competitive Advantage. In the analysis of the data, co-word and co-citation analysis from bibliometric analysis techniques were used. In addition, qualitative content analysis was performed on the co-citation analysis findings. The findings show that as a result of the intersection of both fields, two different views emerged as strategic and responsive corporate social responsibility. However, the prominent issues in the field are collected under the following headings: Corporate social responsibility, sustainability, sustainable development, environmental policies, stakeholder engagement, environmental management, firm performance, corporate governance, stakeholders, sustainable reporting. Finally, the findings show that upper echelon theory, resource-based view, legitimacy theory, stakeholder theory, agency theory, institutional theory, resource dependency theory, attribution theory and social identity theory are predominantly used in the field.

**Keywords:** Strategic management, corporate social responsibility, bibliometric analysis, strategic and responsive corporate social responsibility.

# 1. Giriş

Son zamanlarda kurumsal sosyal sorumluluk araştırmaları genelde stratejik yönetim alanı özelde ise firma performansı olgusuyla yoğun şekilde ilişkilendirilmektedir. Daha önceki çalışmalarda kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının (De Bakker vd. 2005) ve iş etiğinin stratejik yönetimdeki gelişim örüntüsüyle ilgili araştırmalar (Robertson, 2008; Köseoğlu vd. 2013) yapılmış olsa da, kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının stratejik yönetim alanındaki gelişim örüntüsü ve alana katkılarıyla ilgili bilgiler oldukça kısıtlıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk bir işletmenin ekonomik, yasal, etik ve isteğe bağlı faaliyetlerini toplumun değerlerine ve beklentilerine uygun şekilde yürütmesi olarak tanımlanır (Joyner ve Payne, 2002). Burada ekonomik sorumluluklar, toplumun talep ettiği mal ve hizmetleri üretme ve kârla satma sorumluluğunu ifade etmektedir. Yasal sorumluluklar iş dünyasını düzenleyen temel kurallar olarak tanımlanmaktadır. Etik sorumluluklar ise kanunlarla zorunlu kılınmayan ancak toplum üyelerinin iş dünyasından beklediği davranış ve faaliyetleri nitelemektedir. Son olarak da isteğe bağlı sorumluluklar işletmenin gönüllü faaliyetlerini kapsamaktadır (Carroll, 1979).

Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmaları literatürde, iş etiği alanıyla birlikte değerlendirilmektedir (De Bakker vd. 2005). Ancak kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının genelde stratejik yönetim özelde ise sürdürülebilir rekabet avantajı (Du vd. 2011; Nyuur vd. 2019; Miron vd. 2011) ve firma performansıyla (Malik vd. 2015; Nasieku vd. 2014) ilişkileri dikkate alınarak bu çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kullanılmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının gelişim örüntüsüyle ilgili çalışmalar iki başlıkta toplanabilir: i) Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının kendi gelişim örüntüsünü inceleyen araştırmalar, ii) kurumsal sosyal sorumluluk alanının farklı bir alan, disiplin, literatür ve endüstri içindeki gelişim örüntüsünü inceleyen çalışmalar.

Birinci grup araştırmalarda De Bakker vd. (2005) 1970-2002 döneminde kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal performans alanlarına katkı sağlayan teorileri ve araştırma konularını incelemişlerdir. Yazarlar, kurumsal sosyal sorumluluk alanının yönetsel ve stratejik bir uzmanlık alanı olarak ortaya çıktığını ileri sürmüştür. Yine benzer bir çalışmada Agudelo vd. (2019) kurumsal sosyal sorumluluk olgusunu ve tanımını şekillendiren akademik katkılar, uluslararası politikalar ve önemli sosyal ve politik olayları değerlendirmek için kapsamlı bir literatür incelemesi gerçekleştirmişlerdir. Yazarlar, kurumsal sorumluluk olgusunun firmanın finansal performansıyla sınırlı olmadığı ve firmaların temel sorumluluklarının paylaşılan değer yaratmaya doğru değişim geçirdiğini ileri sürmüşlerdir.

İkinci grup araştırmalar ise tedarik zinciri yönetimi (Feng vd. 2017), tarımsal ticaret, (Luhmann vd. 2016), KOBİ stratejileri içinde kurumsal sosyal sorumluluk (Ortiz-Avram vd. 2018; Apospori vd. 2012; Vo, 2011), insan kaynakları yönetimi (Xiao vd. 2020), pazarlama (Chakraborty ve Jha, 2019), finans (Benlemlih 2017) ve inovasyon (Preuss, 2011) gibi alanlarda kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının izini sürmüşlerdir. Ayrıca islami bankacılık (Zafar ve Sulaiman, 2019) ve enerji sektörü (Agudelo vd. 2020) gibi sektöre özgü araştırmalar da yapılmıştır.

Görüleceği üzere bugüne kadar yapılan araştırmalarda kurumsal sosyal sorumluluk olgusunun stratejik yönetim literatürü içindeki gelişim örüntüsüyle ilgili bir boşluk bulunmaktadır. Bu araştırma kurumsal sosyal sorumluluk araştırmaları, stratejik yönetim alanında nasıl gelişim göstermiştir? sorusuna cevap arayarak bu eksikliği gidermeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede araştırmanın katkısı iki başlıkta toplanabilir: i) Stratejik yönetim ve kurumsal sosyal sorumluluk araştırmaları arasındaki mevcut ilişkiler belirlenmiştir. ii) Bu alanda gelecek araştırma önerilerinin neler olduğuyla ilgili araştırma boşlukları tespit edilmiştir. Çalışmanın bundan sonraki ikinci kısmında yöntem, üçüncü kısmında ise bulgular verilmiştir. Dördüncü kısımda bulguların tartışması yapılmış ve son olarak sonuç kısmıyla çalışma tamamlanmıştır.

# 2. Yöntem

Bu araştırmada bibliyometrik analiz tekniklerinden ortak kelime ve eş-atıf analizleri ile nitel araştırma yöntemlerinden nitel içerik analizi kullanılmıştır. Araştırmaya Web of Science (WoS) veri tabanındaki tüm dizinler ve yayınlar (kitap, makale vb.) dahil edilmiştir ([Ramos‐Rodríguez ve Ruíz‐Navarro, 2004](#_ENREF_7); [Acedo vd. 2006](#_ENREF_1)). Bu veri tabanı yönetim bilim insanları arasında en çok kullanılan veri tabanı olması nedeniyle tercih edilmiştir ([Zupic ve Čater 2014](#_ENREF_13); Bağış, 2020; Bağış et al. 2019). Sadece bu veri tabanının kullanılması Ulakbim, Scopus, Proquest, ve Ebsco gibi diğer veri tabanlarındaki dergilerin ve makalelerin araştırmaya dahil edilmesini engellemiştir. Bunun yanında Türkçe, Rusça, Çince, Almanca, Japonca ve Hinduca gibi farklı dillerdeki yayınların araştırmaya dahil edilememesi de araştırma için bir kısıt oluşturmuştur.

Web of Science’de ilk olarak veri süzme işlemi yapılmıştır. Veri süzme işlemlerinde izlenen sıra Tablo 1’de sunulmuştur. İlk olarak “corporate social responsibility\*” şeklinde arama yapılmıştır. Filtreleme işlemlerinde tarih aralığı olarak 2010-2021 yılları arası alınmıştır. Çünkü WoS veritabanında yapılan aramalarda stratejik yönetim kapsamındaki süreli yayınlarda 1990-2000 arasında 3 yayına, 2000-2010 arasında 39 yayına, 2010-2021 arasında ise 481 yayına ulaşılmıştır. 1990 ve 2010 yılları arasındaki yayın sayıları konuyla ilgili literatür birikiminin yetersiz olduğunu göstermektedir. Bu nedenle analizlere sadece 2010-2021 arası dahil edilmiştir. İlgili tarihler arasında yapılan veri süzeme işlemleri, veri süzmede kullanılan süreli yayınlar ile ulaşılan yayın sayıları Tablo 1’de verilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmaları Tablo 1’de verilen süreli yayınların dışında farklı dergilerde de yoğunlaşmaktadır. Ancak bu süreli yayınlardaki kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının tamamının, stratejik yönetim araştırmalarıyla ilişkili olmadığı kabulünden hareketle bu süreli yayınlar kapsam dışında tutulmuştur. Bu durum da araştırma için bir kısıt oluşturmuştur.

**Tablo 1:** **WoS Veri Tabanından Veri Çıkarma İşlemi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sıra No** | **Veri Filtreleme Başlıkları** | **Filtreler** | **2010-2021** |
| **1** | Topic | Corporate social responsibility\* | Bu iki seçim sonucunda ulaşılan makale sayısı: **21621** |
| **2** | WoS kategorilerinden | Business ve management | Bu seçim sonucunda ulaşılan makale sayısı: **11570** |
| **3** | Document Types | All | Bu seçim sonucunda ulaşılan makale sayısı: **11570** |
| **4** | Source titles | 1-Business Strategy and The Environment: ***298 Yayın***  2-Strategica, ***36 Yayın***  3-Strategic Management Journal: ***85 Yayın***  4-Advances in Business Strategy and Competitive Advantage ABSCA Book Series: ***62 Yayın*** | Bu seçim sonucunda ulaşılan makale sayısı: **481** |
| **5** | Export (Other file formats) | 1-Record content (Full record and cited references)  2-File format (savedrecs.txt) |  |

**Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.**

WoS veri tabanından yapılan veri filtreleme işlemlerinden sonra ulaşılan Savedrecs.txt dosyaları üzerinde VOS viewer paket programıyla (Van Eck ve Waltman, 2010) ortak kelime ve ortak atıf analizleri yapılmıştır. Daha sonra ortak atıf analizlerinden elde edilen bulgular üzerinde nitel içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Ortak kelime analizi temelde bir araştırma alanındaki çalışmaların başlık, özet ve anahtar kelimelerinde kullanılan kavramlar ve kelimeler arasındaki ilişkiyi incelemektedir ([Ronda‐Pupo ve Guerras‐Martin, 2012](#_ENREF_28)). Bir alandaki farklı makalelerde iki anahtar kelimenin birlikte bulunması, o kelimeler arasındaki bağlantının bir göstergesidir. Dolayısıyla bu analiz ile kelimeler arasındaki ilişkinin gücü ölçülerek belirli bir alanın/disiplinin kalıpları ve eğilimleri ortaya çıkartılabilir (Zupic ve Cater, 2015). Bu nedenle bu çalışmada ortak kelime analizi tercih edilmiştir. Ancak anahtar kelimesi olmayan yayınlarla ilgili herhangi bir inceleme yapılmamıştır. Bu husus da araştırma için başka bir kısıt ortaya çıkarmıştır.

Ortak-atıf analizi, iki çalışmanın birlikte alıntılanma sıklığı şeklinde tanımlanmaktadır ([Small, 1973](#_ENREF_31)). Diğer bir ifadeyle ortak-atıf analizi, iki farklı analiz biriminin (çalışma, yazar, dergi) birlikte aynı çalışmada atıf alma sıklığını göstermektedir. Bu nedenle, ortak-atıf analizi çalışmalar, yazarlar ve dergiler arasındaki benzerlik ölçülerini oluşturmak için ortak-atıf sayılarını kullanır. Örneğin, a ve b çalışmalarının her ikisine A çalışması tarafından atıf yapılmışsa, a ve b çalışmaları birbirlerinden doğrudan alıntı yapmasalar bile, çalışmaların birbirleriyle ilişkili oldukları söylenebilir. Ayrıca a ve b çalışmalarının her ikisine de birçok çalışma tarafından atıf yapılmışsa, a ve b çalışmalarının arasında daha güçlü bir ilişkinin varlığından söz edilebilir (Vogel ve Güttel, 2013). Dolayısıyla bu analizin temel varsayımına göre iki yayına birlikte ne kadar çok atıf yapılırsa, atıf yapılan yayınların ilişkili olma olasılığı o kadar yüksektir. Ortak kelime ve ortak atıf analizleri sonucunda ulaşılan bulgular VOS viewer paket programın Türkçe dilinde analiz yapmaması, analize dâhil edilen yayınların dillerinin İngilizce olması nedeniyle ve çeviri sırasında oluşabilecek veri kayıplarının önüne geçmek amacıyla İngilizce olarak verilmiştir. Son olarak ortak atıf analizlerinden elde edilen kümeler ve yazarların çalışmaları üzerinde nitel içerik analizi yapılmıştır. Bu sayede yazarların araştırmalarında kullandıkları teorilere ulaşılmıştır.

# 3. Bulgular

Ortak kelime analizi sonucunda 17 küme ve 175 konuya ulaşılmıştır. Ham verilerle ilgili bulgular Tablo 2’de verilmiştir. Bu bulgular iki şekilde kategorize edilmiş ve sunulmuştur: i) Birincisi VOSviewer paket programından elde edilen ham veriler bireysel, grupsal, örgütsel ve bağlamsal analiz düzeylerine göre gruplanarak sunulmuştur. Bu sayede hangi analiz düzeyiyle ilgili çalışmaların yetersiz olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. ii) VOSviewer paket programın görselleştirme özelliğinden yararlanarak birbirlerine yakın ve büyük kümeler belirlenmiştir. Bu sayede stratejik yönetim ve kurumsal sosyal sorumluluk alanlarının kesişmesinden hangi konuların öne çıktığı tespit edilmiştir. Bu bulgular ise şekil 1’de verilmiştir. Ortak atıf ve nitel içerik analizleriyle ilgili bulgular da iki şekilde sunulmuştur. i) Ortak atıf analizleri sonucu ulaşılan bulgular şekil 2’de verilmiştir. Bu sayede yazarlar arasındaki ilişki ağı ortaya çıkarılmıştır. ii) Ortak atıf analizinden elde edilen araştırmaların temellendiği teoriler Tablo 3’te sunulmuştur. Bu sayede kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının, stratejik yönetim alanı içinde ve dışında ilişkilendiği teoriler belirlenmeye çalışılmıştır. Teorilerle ilgili bulguları ortaya çıkarmak amacıyla Tablo 3’te verilen her çalışmanın özet ve giriş kısımları okunarak nitel içerik analizi gerçekleştirilmiştir (Bowen, 2009).

## 3.1. Ortak Kelime Analizi Bulguları

Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının, stratejik yönetim içindeki gelişim örüntüsünü anlamak için, yayınların anahtar kelimelerini kullanarak bir ortak kelime analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz belirli bir yayın kümesinde toplanan, farklı sözcükler arasındaki birlikte oluşma (co-occurence) ağı, sözcük çiftleri arasındaki bağlantıların doğası ve gücünü, yayın içeriklerinin yapısından nicel olarak inceleme imkânı sunmaktadır ([Zupic ve Čater 2014](#_ENREF_13)). Bu yöntem, yayınları benzer kelime çiftlerinin oluşumuna göre karşılaştırarak ve sınıflandırarak, yayınların kavramsal içeriklerini birbirine bağlamanın nicel bir yolunu vermektedir (Bhattacharya ve Basu 1998).

**Bu analiz temelinde ilk olarak** bireysel analiz düzeyinde öne çıkan araştırma konuları şu kümelerde ve başlıklarda yoğunlaşmıştır: 1.kümede CEO kibri, CEO özseverliği (narcissism), yönetici tazminatı, bilgi asimetrisi, 2.kümede yönetimsel takdir yetkisi, 3.kümede kadın yöneticiler ve 4.kümede tecrübe. **İkinci olarak** takım düzeyinde öne çıkan araştırma konuları ise şu kümelerde ve başlıklarda toplanmıştır: 1.kümede kolektif eylem, üst yönetim takımları, üst yönetim teorisi, yönetimsel değerler, 2.kümede üst yönetim teorisi, 3.kümede yönetim kurulu, 9.kümede yönetimsel teşvikler, 10.kümede yönetim kurulu, 14.kümede yönetim kurulu çeşitliliği ve 15.kümede yönetim kurulu bağımsızlığı. Bu doğrultuda bireysel düzeyde en fazla öne çıkan bulgu CEO’lar olmuştur. Takım düzeyinde ise CEO’larla yakın şekilde ilişkili üst yönetim teorisinin öne çıktığı görülmektedir. Ayrıca takım düzeyinde öne çıkan diğer bir bulgu yönetim kurullarıdır.

**Üçüncü olarak** örgütsel düzeyde öne çıkan araştırma konuları aşağıda verilen kümelerde ve başlıklarda toplanmıştır:

1.kümede hesap verebilirlik, kurumsal hayırseverlik, örgüt kültürü, çevresel sürdürülebilirlik, firma performansı, yeşil tedarik zinciri yönetimi, strateji,

2.kümede çevresel yenilik, çevresel yönetim, finansal performans, meşruiyet, cömertlik, yeşil yenilik, yeşil uygulamalar, firma performansı,

3.kümede iş stratejisi, kurumsal sorumluluk, çevresel yenilik, çevresel yönelim, çevresel politika, çevresel koruma, firma değeri, yenilik, sürdürülebilir yatırım,

4.kümede çevresel açıklamalar, tedarik zinciri yönetimi, sürdürülebilirlik uygulamaları, sürdürülebilir tedarik zinciri,

5.kümede firma ünü, iş etiği, çevresel verimlilik, çevresel raporlama, yeşil, uluslararası iş, tedarik zinciri,

6.kümede kurumsal sosyal sorumluluk, girişimcilik, örgüt kültürü, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi,

7.kümede kurumsal yönetişim, kurumsal sosyal sorumluluk, finansal olmayan raporlama,

9.kümede iş modeli, çevre ihlali, uzun dönem yönelim, pazar dışı strateji,

10.kümede çevresel açıklama, çevresel performans,

11.kümede çevresel sorumluluk, finansal performans, bilgi verme,

12.kümede kurumsal sosyal performans, kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal sürdürülebilirlik, kurumsal yönetişim, kurumsal hayırseverlik,

13.kümede kurumsal sosyal sorumluluk stratejisi, sosyal performans,

14.kümede çevresel yönetişim, sosyal sorumluluk yatırımları,

15.kümede örgütsel öğrenme, proaktif çevre stratejileri,

17.küme kurumsal sosyal sorumluluk, çalışan katılımı,

**Tablo 2: Araştırma Konuları ve Ortak Kelime Analizi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Clusters** | **Main Issue** | **Co-words** |
| **Cluster 1** | Firm performance | Accountability, Case study, CEO hubris, CEO narcissism, Collective action, Corporate philanthropy, Organizational culture, Diffusion, Environmental sustainability, Executive compensation, Firm performance, Formal model, Gender, Green supply chain management, Information asymmetry, Mining, Non-profit, Political ideology, Social impact, Social, Social movements, Values |
| **Cluster 2** | Sustainability | Developing countries, Eco-innovation, Energy sector, Environment, Environmental management, Financial performance, Green innovation, Green practices, Institutional difference, Legitimacy, Managerial discretion, Market value, Meta-analysis, Munificence, National culture, Firm performance, Sustainability, Upper echelons theory |
| **Cluster 3** | Environmental policy | Balanced scorecard, Board of directors, Business strategy, Corporate responsibility, Environmental innovation, Environmental orientation, Environmental policy, Environmental protection, Female directors, Financial crisis, Firm value, Innovation, ISO 14001, Sustainable investment |
| **Cluster 4** | Supply chain management | Automotive industry, Climate change, Environmental disclosure, Experiment, Greenwashing, Legitimacy theory, Non-governmental organizations, Regulation, Stakeholder pressure, Supply chain management, Sustainability practices, Sustainable supply chain |
| **Cluster 5** | Stakeholders | Collaborations, Corporate reputation, Eco-efficiency, Environmental, Environmental reporting, Business ethics, Green, Stakeholder theory, International business, Shareholder values, Stakeholders, Supply chain |
| **Cluster 6** | Corporate social responsibility | Barriers, Corporate social responsibility, Development, Entrepreneurship, Global reporting intiative, New Zealand, Organizational culture, Romania, SMSs, Sustainable management, Sustainability, Sustainable supply chain management |
| **Cluster 7** | Stakeholder engagement | Assurance, Corporate governance, Corporate social responsibility reporting, Integrated reporting, Materiality, Non-financial reporting, Stakeholder engagement, Sustainability reporting, Sustainable development goals, Sustainable development compass |
| **Cluster 8** | Institutional theory | Agency theory, Environmental management, Environmental regulation, Family firms, Institutional theory, Knowledge spillovers, Porduct market competition, SMEs |
| **Cluster 9** | Risk management | Business model, Environmental violation, Long term-orientation, Managerial incentives, Nonmarket strategy, Public policy, Replication, Risk management, Stakeholders relations |
| **Cluster 10** | Environmental performance | Banking industry, Boards of directors, Developoed countries, Environmental disclosure, Environmental performance, Gender diversity, Resource dependence theory, Verieties of capitalism |
| **Cluster 11** | Environmental responsibility | Carbon disclosure, Environmental responsibility, Financial performance, Industry self-regulation, Information disclosure, Performance measurement, Social identity theory, Socially responsible investing |
| **Cluster 12** | Corporate social responsibility | Attribution theory, Base of the pyramid, Corporate social performance, Corporate social responsibility, Corporate sustainability, Corporate governance, Corporate philanthropy, Stakeholder theory, Strategic management |
| **Cluster 13** | Stakeholders | Communication, CSR strategy, Globalization, Social performance, Stakeholders, Sustainability report |
| **Cluster 14** | Environmental governance | Board diversity, Business, Environmental governance, Global value chains, Private sector, Socially responsible investment, Voluntary sustainability |
| **Cluster 15** | Sustainable development | Board independence, China, Multinational companies, Organizational learning, Proactive environmental strategy, Retail, Sustainable development |
| **Cluster 16** | Stakeholder management | Germany, Institutional theory, Italy, Non-financial information, Stakeholder engagement, Stakeholder management, Values |
| **Cluster 17** | Corporate social responsibility | Corporate social responsibility, Employee engagement, Social capital |

**Kaynak: Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.**

Örgütsel düzeyde öne çıkan araştırma konuları yeşil yönetim uygulamaları, örgütsel ve çevresel sürdürülebilirlik gibi olgulardır. Yeşil yönetim; sürdürülebilirlik, atık azaltma, sosyal sorumluluk, sürekli öğrenme ve iyileştirme yoluyla rekabet avantajı elde etme ve firmanın hedefleri ve stratejileri ile uyumlu çevresel hedef ve stratejileri benimseyerek yenilik uygulama sürecidir (Haden vd. 2009). Yeşil yönetimle ilgili bu tanım temelindeki konu içeriği, stratejik yönetim alanında kurumsal sosyal sorumlulukla birlikte yeni bir alt alanın oluştuğunu göstermektedir. Çünkü tanım rekabet avantajı, sürdürülebilirlik, kurumsal sosyal sorumluluk, firma stratejileri ve firmaların doğal çevreye etkilerini dikkate almaktadır. Bununla birlikte kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili kavramlar, stratejik yönetim alanındaki kavramlarla ilişkilenerek stratejik yönetim temelinde belirli kavramların yoğunlaştığı göze çarpmaktadır. Özellikle firmaların proaktif çevre stratejileri, kurumsal sosyal performansları ve sosyal sorumluluk yatırımları bu kapsamda değerlendirilebilir (Aragon-Correa ve Sharma, 2003). Bu kavramlar firmaların kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının, bilinçli stratejik niyetlerle geliştirildiği argümanını desteklemektedir (Béji vd. 2021) ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına stratejik bir bakış sağlamaktadır.

**Dördüncü olarak** bağlamsal düzeyde öne çıkan araştırma konuları ise şu kümelerde gruplanmıştır:

1.kümede politik ideoloji, sosyal etki, sosyal hareketler,

2.kümede gelişmekte olan ülkeler, enerji sektörü, çevre, kurumsal farklılık, pazar değeri, ulusal kültür,

4.kümede otomotiv endüstrisi, iklim değişikliği, sivil toplum kuruluşları, regülasyon, paydaş baskısı,

5.kümede işbirlikleri, uluslararası işletmecilik,

7.kümede sürdürülebilir kalkınma hedefleri, sürdürülebilir kalkınma kapsamı,

8.kümede çevresel düzenleme, ürün piyasası rekabeti,

9.kümede kamu politikası, paydaş ilişkileri,

10.kümede bankacılık endüstrisi, gelişmiş ülkeler, kapitalizmin değişkenleri,

11.kümede karbon oranlarının açıklanması, endüstriyel düzenlemeler,

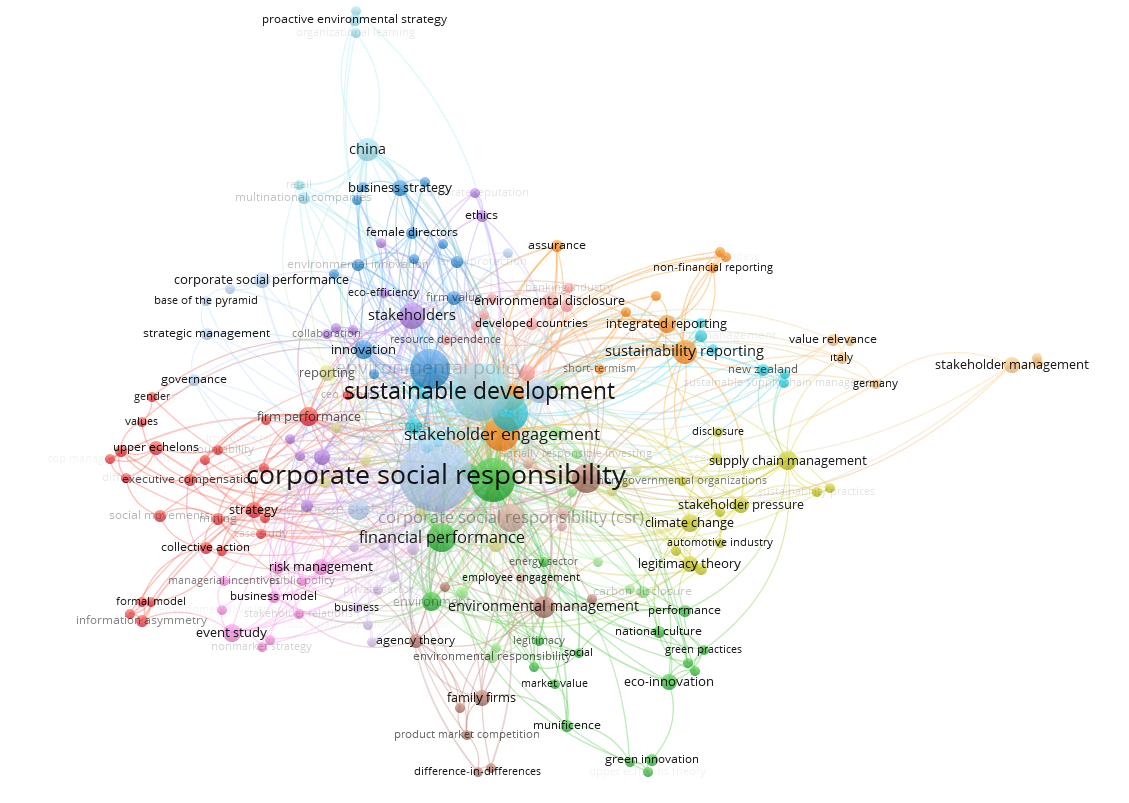
13.kümede küreselleşme,

14.kümede küresel değer zinciri,

15.kümede çok uluslu şirketler,

Bağlamsal düzeyde öne çıkan olguların ise kurumsal farklılıklar, sosyal etki, regülasyon, paydaş baskısı, sürdürülebilir kalkınma, kamu politikaları ve endüstriyel düzenlemeler gibi formel kurumlar (North, 1990) temelinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu olgular toplumun firmadan beklentileriyle birlikte, bir nevi firmanın çevre üzerindeki etkilerini azaltmayı amaçlayan yükümlülükleriyle alakalıdır (Delmas ve Toffel, 2004). Diğer bir ifadeyle bulgular toplumdan firmaya doğru yasal yaptırımlar ve baskıyla şekillenen bir kurumsal sosyal sorumluluk olgusunun varlığını ortaya koymaktadır.

**Şekil 1: 2010-2021 Arasında Ortak Sözcük Analizi**

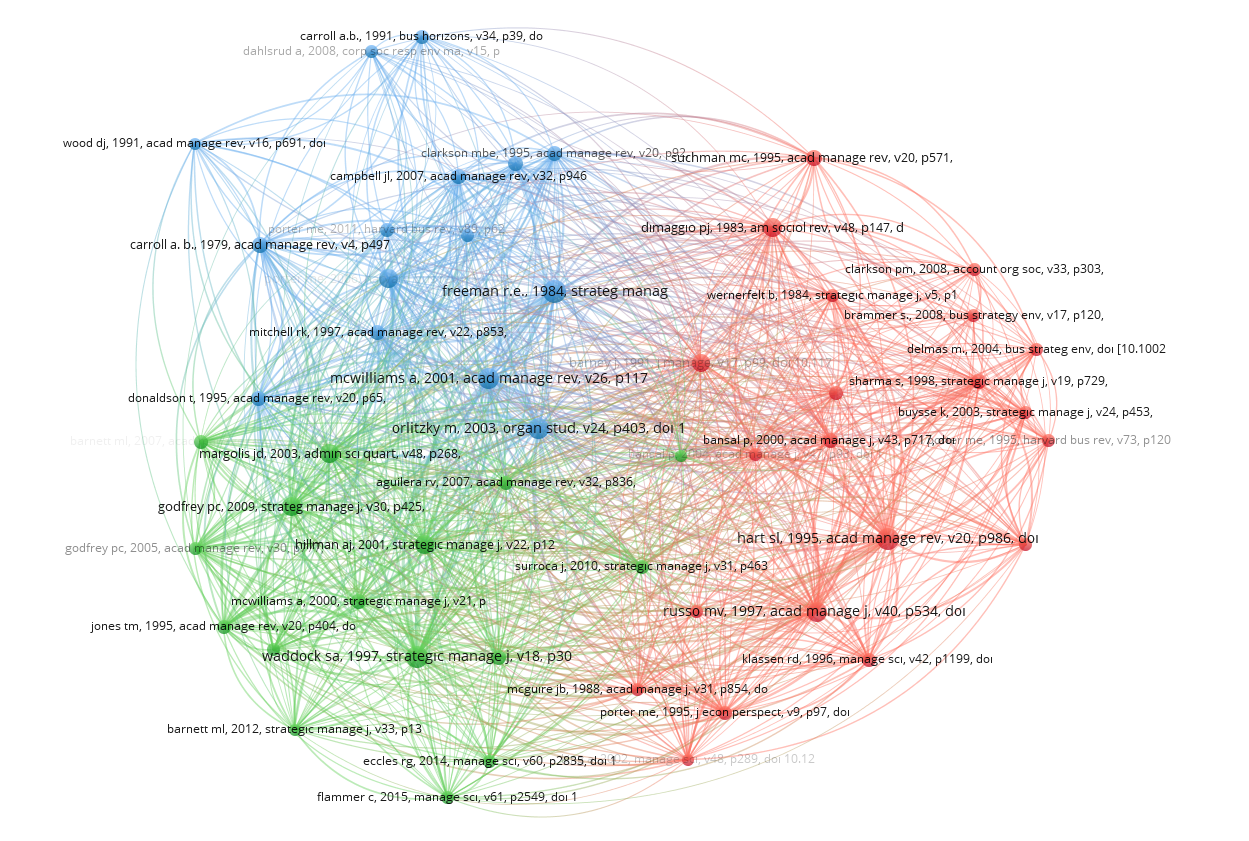


Beşinci olarakşekil 1’de görüldüğü gibi kurumsal sosyal sorumluluk ve stratejik yönetim alanının kesişiminde öne çıkan ve bu alana katkı sağlayan araştırma konuları şu başlıklarda toplanmıştır: Kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, çevresel politikalar, paydaş katılımı, çevre yönetimi, firma performansı, kurumsal yönetişim, paydaşlar, sürdürülebilir raporlama. Bu bulgular da stratejik yönetimdeki kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının firmaların stratejik faaliyetleri, formel kurumlar ve paydaş katılımıyla şekillendiğini göstermektedir.

## 3.2. Ortak Atıf ve Nitel İçerik Analizleri Bulguları

Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının stratejik yönetim alanı içerisindeki gelişim örüntüsünde yazarlar arasındaki ilişki ağları şekil 2’de verilmiştir.

**Şekil 2: 2010-2021 Arasında Ortak Atıf Analizi**



Ortak atıf analizi sonucu ulaşılan bulgular 3 küme olarak verilmiştir. Şekil 1’deki bulgular 1.kümede Hart (1995), Russo ve Foust (1997), DiMaggio ve Powell (1983), 2.kümede Waddock (1997), Godfrey ve Merrill (2009), Hillman ve Keim (2001) ve 3.kümede Freeman (1984), Orlitzky vd. (2003) ile McWilliams ve Siegel’i (2001) en fazla ortak atıf yapılan yazarlar olarak öne çıkarmaktadır. Bu çalışmalarla birlikte şekil 1’deki tüm çalışmaların nitel içerik analizi sonucunda ortaya çıkan teoriler Tablo 3’te verilmiştir. Teorilerin kümelere göre dağılımı şu şekildedir:

1.kümede koşul bağımlı kaynak temelli görüş, kurumsal kuram, kaynak temelli görüş, paydaş teorisi, doğal kaynak temelli görüş ve vekâlet kuramı.

2.kümede paydaş teorisi, kurumsal kuram, sosyal kimlik ev sinyal teorileri,

3.kümede kurumsal kuram ve paydaş teorisi

**Tablo 3: Ortak Atıf ve Nitel İçerik Analizleri Bulguları**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cluster 1 (21 items)** | **C** | **T** | **Cluster 2 (16 items)** | **C** | **T** | **Cluster 3 (15 items)** | **C** | **T** |
| Hart, 1995 | 59 | NRBV | Waddock, 1997 | 60 |  | Freeman, 1984 | 68 | ST |
| Russo ve Fouts, 1997 | 50 | RBV | Godfrey ve Merrill, 2009 | 47 |  | Orlitzky vd. 2003 | 57 |  |
| DiMaggio ve Powell, 1983 | 46 | IT | Hillman ve Keim, 2001 | 47 | ST | McWilliams ve Siegel, 2001 | 55 |  |
| Barney, 1991 | 40 | RBV | Margolis ve Walsh, 2003 | 44 | ST | Porter ve Kramer, 2006 | 46 |  |
| Suchman, 1995 | 35 | IT | Cheng vd. 2014 | 29 | ST | Carroll, 1979 | 35 |  |
| Bansal ve Roth, 2000 | 31 | IT | McWilliams ve Siegel, 2000 | 29 |  | Donaldson ve Preston, 1995 | 31 | ST |
| Sharma ve Vredenburg, 1998 | 30 | NRBV | Surroca vd. 2010 | 27 | ST | Campbell, 2007 | 31 | IT |
| Porter ve Van der Linde, 1995 | 27 |  | Jones, 1995 | 26 | ST | Clarkson, 1995 | 30 |  |
| Klassen ve McLaughlin, 1996 | 25 |  | Aguilera, 2007 | 26 |  | Matten ve Moon, 2008 | 28 | IT |
| Bansal, 2005 | 24 | IT/ RBV | Barnett, 2007 | 24 | ST | Mitchell vd. 1997 | 28 | ST |
| Aragon-Correa ve Sharma, 2003 | 23 | CRBV | Godfrey, 2005 | 23 |  | Carroll, 1991 | 25 |  |
| Clarkson vd. 2008 | 23 |  | Flammer, 2015 | 22 | ST | Porter, 2011 | 25 |  |
| McGuire ve Sundgren, 1988 | 23 |  | Turban ve Greening, 1997 | 22 | SIT/SNT | Dahlsrud, 2008 | 22 |  |
| Bansal ve Kandola 2004 | 22 | IT | Eccles vd. 2014 | 21 |  | McWilliams ve Siegel, 2006 | 22 |  |
| Delmas ve Toffel, 2004 | 22 | IT | Barnett, 2012 | 20 | ST | Wood, 1991 | 20 |  |
| Jensen ve Meckling, 1976 | 22 | AT | Ioannou ve Serafeim, 2012 | 20 | IT |  |  |  |
| Brammer ve Millington, 2008 | 21 | ST |  |  |  |  |  |  |
| Buysse ve Verbeke, 2003 | 21 |  |  |  |  |  |  |  |
| Wernerfelt, 1984 | 21 | RBV |  |  |  |  |  |  |
| King, 2002 | 20 |  |  |  |  |  |  |  |
| **CRBV:** Contingent resource-based view, **IT:** Institutional theory, **RBV:** Resource-based view, **ST:** Stakeholder theory, **NRBV:** A natural resource-based view, **SIT:** Social identity theory, **SNT:** Signal theory, **C:** Citation, **T:** Theories | | | | | | | | |

**Kaynak: Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.**

# 4.Tartışma

Tablo 2 ve 3 ile şekil 1 ve 2’deki bulgular birlikte değerlendirildiğinde kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının stratejik yönetim araştırmaları içerisinde iki örüntü ortaya çıkardığı tespit edilmiştir. Birinci örüntü firmanın temel yetkinliklerinin ve kaynaklarının, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışıyla uyumlu olduğunu iddia eden stratejik kurumsal sosyal sorumluluktur. Literatürdeki çalışmalar firmaların sosyal ve çevresel konuları öncelikli olarak gördüğünde ve örgütsel kaynak ve yeteneklerini bu doğrultuda yönlendirdiğinde kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının stratejik hale geldiğini iddia etmektedir (Burke ve Logsdon, 1996). Bu stratejik bakış, firmaların topluma ve doğal çevreye yönelik faaliyetlerini yasal ve asgari gerekliliklerin ötesinde, genel hedefleri ve eylemleriyle uyumlu hale getirmekten oluşur. Ortak kelime analizi sonucu öne çıkan proaktif çevre stratejileri, kurumsal sosyal performans ve sosyal sorumluluk yatırımları gibi kavramlar (Aragon-Correa ve Sharma, 2003) kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının, firmalar tarafından bilinçli stratejik niyetlerle geliştirildiğini göstermektedir. Bununla birlikte nitel içerik analizinde öne çıkan kaynak temelli görüşe (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991) dayanarak geliştirilen doğal kaynak temelli görüşün, kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarında stratejik boyutu ortaya çıkardığı ifade edilebilir. Bu görüş, firmaların rekabet avantajı sağlamasında doğal çevre üzerindeki etkilerinin dikkate alınması gerektiğini iddia etmektedir. Görüş, bu iddialarını örgütsel kaynak ve yeteneklere dayanan ve birbiriyle bağlantılı üç strateji üzerine temellendirmektedir: Kirlilik önleme, ürün yönetimi ve sürdürülebilir kalkınma (Hart, 1995). Bu bağlamda bu araştırmada ortak kelime ve nitel içerik analizlerinden elde edilen bulgular Béji vd. (2021) çalışmalarıyla tutarlıdır. Béji vd. (2021) çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarını stratejik ve duyarlı kurumsal sorumluluk olarak ikiye ayırmışlardır. Stratejik kurumsal sosyal sorumluluk firma stratejileri tarafından yönlendirilirken, duyarlı kurumsal sosyal sorumluluk düzenleyici kurumlar ve paydaş baskıları tarafından şekillendirilmektedir.

İkinci örüntü firmaların kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının paydaşların beklentileri ve yasal gereklilikler doğrultusunda şekillendiğini iddia eden anlayıştır. Bu görüşe göre firmaların temel amacı, paydaşlarının gözünde meşruiyet kazanmak için imaj oluşturmaktır (Ruggiero vd. 2018). Firmalar bu tür sosyal sorumluluk anlayışıyla örgütsel faaliyetlerin mevcut veya potansiyel olumsuz etkilerini hafifletmeye çabalamaktadırlar (Porter ve Kramer, 2006). Tablo 2’de verilen ve bağlamsal analiz düzeyinde sunulan kurumsal farklılıklar, sosyal etki, regülasyon, paydaş baskısı, sürdürülebilir kalkınma, meşruiyet, kamu politikaları ve endüstriyel düzenlemeler gibi kavramlar bu kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının varlığını ortaya koymaktadır. Ve bu bulgular Béji vd. (2021) tarafından ortaya konan duyarlı kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını desteklemektedir. Ayrıca Tablo 3’teki bulgularda kurumsal kuram (Dimaggio ve Powell, 1983) ve paydaş teorisinin (Freeman, 1984) bulunması, bu anlayışla ilgili örüntünün varlığını doğrulamaktadır. Kurumsal kuram, örgütlerin birbirine benzemesini normatif, zorlayıcı ve taklitçi eş biçimlilik mekanizmalarına bağlar (DiMaggio ve Powell, 1983) ve kurumların firmalar üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır. Paydaş teorisi ise firmaların paydaşlarına karşı sorumluluklarını açıklamaktadır (Freeman, 2002). Firmanın birincil gruptaki paydaşları arasında çalışanlar, hissedarlar, müşteriler, tedarikçiler, hükümet ve firmanın faaliyet gösterdiği ekosistemdeki diğer paydaşlar yer almaktadır. İkinci gruptaki paydaşları arasında ise iletişim medyası ve çıkar grupları bulunmaktadır (Clarkson, 1995). Dolayısıyla bu teoriler ve bulgular hükümetler, düzenleyiciler, paydaşlar, rakipler, topluluklar, çevresel çıkar grupları ve ticaret odalarının firmaların kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları üzerinde etkileri olduğunu ortaya koymaktadır.

# 5. Sonuç

Bu araştırmada kurumsal sosyal sorumluluk alanının, stratejik yönetim araştırmaları içindeki gelişim örüntüsü incelenmiştir. Araştırmanın sonuçları kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının stratejik yönetim içinde iki örüntüyle geliştiğini ortaya koymuştur. Bu örüntülerden birincisi firmanın temel yetkinliklerinin ve kaynaklarının, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışıyla uyumlu olduğunu iddia eden stratejik kurumsal sosyal sorumluluktur. İkincisi ise firmaların kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının paydaşların beklentileri ve yasal gereklilikler doğrultusunda şekillendiğini iddia eden anlayıştır. Bu sonuç kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının sadece stratejik boyutuyla değerlendirilmemesi gerektiği, aynı zamanda kurumların ve paydaşların baskılarının da kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarını yönlendirdiği gerçeğini ortaya koymaktadır. Ayrıca bulgular, kurumsal sosyal sorumluluk ve stratejik yönetim alanının kesişiminde çok fazla olgunun ve teorinin alana yön verdiğini göstermektedir. Bu husus stratejik yönetim alanında bir karmaşa görüntüsü ortaya çakarsa da alanın gelişimi açasından bir zenginlik olarak değerlendirilebilir. Ancak bu hususun alanda kavramsal bir kargaşa ve teorik bir çoğulculuk oluşturması da muhtemeldir. Bu teorik çoğulculuk alanda metodolojik bir problemin tetikleyicisi de olabilir. Ancak bu tartışmalar bu çalışmanın kapsamı dışındadır.

Araştırma sonucunda gelecek araştırmaların beş başlıkta kurumsal sosyal sorumluluk ve stratejik yönetim ilişkisini sorgulaması gerektiği ortaya çıkmaktadır: i) Yöneticilerin bilişsel özellikleriyle kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve stratejik yönetim olgusu arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır? ii) Asil-vekil ilişkileri dikkate alındığında aile işletmelerindeki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları stratejik bir niyetle mi, yoksa kurumsal hayırseverlik çerçevesinde mi yürütülmektedir? iii) Firmalar, stratejik ortaklıklarında kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına nasıl bakıyorlar? iv) Kurumsal sosyal sorumluluk ve stratejik yönetim ilişkisinde gelişmiş ve gelişmekte olan ülke bağlamlarına özgü araştırmalar ve uygulamalar arasında ne gibi farklar bulunmaktadır? v)Yine farklı bağlamlarda firma büyüklükleri kurumsal sosyal sorumluluk ve stratejik yönetim ilişkisine bakışı nasıl etkilemektedir? vi)- Covid 19 salgını sırasında gelişmiş ve gelişmekte olan ülke bağlamlarında firmaların kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına bakışı nasıl oldu? Firmalar bu süreçte hayatta kalmaya odaklanarak bu konuları ötelediler mi? Veya kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını arttırdılar mı?

# Kaynaklar

Acedo, F. J., Barroso, C., & Galan, J. L. (2006). The resource‐based theory: dissemination and main trends. *Strategic Management Journal*, *27*(7), 621-636.

Agudelo, M. A. L., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, *4*(1), 1-23.

Agudelo, M. A. L., Johannsdottir, L., & Davidsdottir, B. (2020). Drivers that motivate energy companies to be responsible. A systematic literature review of Corporate Social Responsibility in the energy sector. *Journal of Cleaner Production*, *247*, 119094.

Apospori, E., Zografos, K. G., & Magrizos, S. (2012). SME corporate social responsibility and competitiveness: a literature review. *International Journal of Technology Management*, *58*(1/2), 10-31.

Bağış, M. (2020). A Longitudinal Analysis on the Micro-foundations of Strategic Management: Where are Micro-foundations Going? Business & Management Studies: An International Journal, 8(2), 1310-1333.

Bağış, M., Karagüzel, E. S., Kryeziu, L., & Ardıç, K. (2019). A Longitudinal analysis on intellectual structure of human resources management: Theoretical foundations and research trends. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *6*(3), 796-814.

Béji, R., Yousfi, O., & Omri, A. (2021). Corporate Social Responsibility and Corporate Governance: A cognitive approach. *arXiv preprint arXiv:2102.09218*.

Benlemlih, M. (2017). Corporate social responsibility and firm financing decisions: A literature review. *Journal of Multinational Financial Management*, *42*, 1-10.

Bhattacharya, S., & Basu, P. K. (1998). Mapping a research area at the micro level using co-word analysis. *Scientometrics*, 43(3), 359–372.

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal, 9*(2), 27-40.

Chakraborty, A., & Jha, A. (2019). Corporate social responsibility in marketing: A review of the state-of-the-art literature. *Journal of Social Marketing*. *9*(4), 418-446.

Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, *20*(1), 92-117.

De Bakker, F. G., Groenewegen, P., & Den Hond, F. (2005). A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business & Society*, *44*(3), 283-317.

Delmas, M., & Toffel, M. W. (2004). Stakeholders and environmental management practices: an institutional framework. *Business Strategy and the Environment*, *13*(4), 209-222.

Du, S., Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2011). Corporate social responsibility and competitive advantage: Overcoming the trust barrier. *Management Science*, *57*(9), 1528-1545.

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 147-160.

Feng, Y., Zhu, Q., & Lai, K. H. (2017). Corporate social responsibility for supply chain management: A literature review and bibliometric analysis. *Journal of Cleaner Production*, *158*, 296-307.

Freeman, E. (2002). Stakeholder Theory of the Modern Corporation. In Donaldson, Werhane and Cording (2002), pp 38–48.

Haden, S. S. P., Oyler, J. D., & Humphreys, J. H. (2009). Historical, practical, and theoretical perspectives on green management. *Management Decision*, *47*(7), 1041-1055.

Köseoğlu, M. A., Karayormuk, K., & Barca, M. (2013). Stratejik yönetim literatüründe iş etiğinin örüntüsü nasıl gelişiyor? Türkiye’deki akademik çalışmalar üzerine bir araştırma. *İş Ahlakı Dergisi*, *6*(1), 1-33.

Luhmann, H., & Theuvsen, L. (2016). Corporate social responsibility in agribusiness: Literature review and future research directions. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, *29*(4), 673-696.

Malik, M. S., Ali, H., & Ishfaq, A. (2015). Corporate social responsibility and organizational performance: Empirical evidence from banking sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, *9*(1), 241-247.

Miron, D., Petcu, M., & Sobolevschi, I. M. (2011). Corporate social responsibility and the sustainable competitive advantage. *Amfiteatru Economic Journal*, *13*(29), 162-179.

Nasieku, T., Togun, O. R., & Olubunmi, E. M. (2014). Corporate social responsibility and organizational performance: A theoretical review. *International Journal of Humanities Social Sciences and Education*, *1*(12), 106-114.

North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge university press.

Nyuur, R. B., Ofori, D. F., & Amponsah, M. M. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective. *Thunderbird International Business Review*, *61*(4), 551-564.

Ortiz-Avram, D., Domnanovich, J., Kronenberg, C., & Scholz, M. (2018). Exploring the integration of corporate social responsibility into the strategies of small-and medium-sized enterprises: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, *201*, 254-271.

Ramos‐Rodríguez, A. R., & Ruíz‐Navarro, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: A bibliometric study of the Strategic Management Journal, 1980–2000. *Strategic Management Journal*, *25*(10), 981-1004.

Ronda‐Pupo, G. A., & Guerras‐Martin, L. Á. (2012). Dynamics of the evolution of the strategy concept 1962–2008: a co‐word analysis. *Strategic Management Journal*, *33*(2), 162-188.

Robertson, C. J. (2008). An analysis of 10 years of business ethics research in strategic management journal: 1996–2005. *Journal of Business Ethics*, *80*(4), 745-753.

Small, H. (1973). Co‐citation in the scientific literature: A new measure of the relationship between two documents. *Journal of the American Society for Information Science, 24*(4), 265-269.

Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.

Vo, L. C. (2011). Corporate social responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research. *Problems and Perspectives in Management*, (9, Iss. 4), 89-97.

Vogel, R., & Güttel, W. H. (2013). The dynamic capability view in strategic management: A bibliometric review. *International Journal of Management Reviews*, *15*(4), 426-446.

Xiao, M., Cooke, F. L., Xu, J., & Bian, H. (2020). To what extent is corporate social responsibility part of human resource management in the Chinese context? A review of literature and future research directions. *Human Resource Management Review*, *30*(4), 100726.

Zafar, M. B., & Sulaiman, A. A. (2019). Corporate social responsibility and Islamic banks: a systematic literature review. *Management Review Quarterly*, *69*(2), 159-206.

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, *18*(3), 429-472.

1. Dr. Öğretim Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, [mehmetbagis@subu.edu.tr](mailto:mehmetbagis@subu.edu.tr), ORCID: https:// orcid.org/0000-0002-3392-3376. [↑](#footnote-ref-1)