



ISSN:1306-3111
e-Journal of New World Sciences Academy
2009, Volume: 4, Number: 1, Article Number: 3C0001

SOCIAL SCIENCES

Received: July 2008
Accepted: January 2009
Series : 3C
ISSN : 1308-7444
© 2009 www.newwsa.com

Esmâ Ülkü Kaya
Muhammed Düşükcan
University of Firat
ukaya@firat.edu.tr
Elazığ-Türkiye

İHRACATÇI KOBİ'LERDE SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİNE KATILIM

ÖZET

Uzun zamandan beri KOBİ'lerin ulusal ve uluslar arası ticaretteki önemi bilinmektedir. Küreselleşmeyle birlikte KOBİ yöneticileri ekonomik performansın iyileştirilebilmesi için sadece karlılık amacının değil aynı zamanda sosyal sorumluluk amacının da zorunlu olduğunun bilincine varmışlardır. KOBİ seviyesinde sosyal sorumluluğunun gerçekleştirilmesi ulusal/uluslararası araçlar veya yönetim teknikleri hakkında bilgi sahibi olmaya ve bu araçları kullanmaya bağlıdır. Bu nedenle çalışmanın amacını Elazığ ilinde çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk ile ilgili faaliyetlere katılım şekillerini değerlemek oluşturmaktadır. Elazığ ilinde faal olarak çalışan ve yurt dışına mal satan toplam 27 KOBİ mevcuttur. Ancak cevaplar 18 KOBİ yöneticisinden alınmıştır. Çalışmanın sonucunda ihracatçı KOBİ'lerin diğer sosyal sorumluluk faaliyetlerinden daha çok eğitim ve gelişim aktivitelerini destekledikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Sosyal Sorumluluk, Yönetim Teknikleri, Ekonomik Performans, Sosyal Faaliyet Teşviki

PARTICIPATION TO SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIVITIES IN EXPORTING SMES

ABSTRACT

It has known that SMEs are important in national and international trade for a long time. In company globalization, managers of SME to be improved economic performance have reached consciousness that it is imperative only profitability goal but also goal of social responsibility. Performed of social responsibility in SME level is bound that national/international instruments or management tools have knowledge and use to these tools. For this reason, the aim of study is to constitute that exporting SMEs getting involved to study in Elazığ city have evaluated to participate styles in activities for social responsibility. There are totally 27 small and medium-sized firms working as active and selling product in abroad in Elazığ city. But responses were received from managers in 18 SMEs. In result of study, it has been seem that exporting SMEs support more education and training activities than other social responsibility activities.

Keywords: SME, Social Responsibility, Management Tools, Economic Performance, Encouragement in Social Activities



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Çağdaş toplumda meydana gelen tutum ve davranış değişimleri arasında işletmenin artık sadece bir teknik ve ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal bir kurum niteliğine sahip bulunduğu başta gelmektedir. Bunun anlamı şudur: Teknik ve ekonomik anlayış biçimine göre, işletme mal ve hizmet üreten bir kurumdur. Bu işlevini, belli bir kazanç karşılığında yapar ve bununla da görevi bitmiş olur. İşletmeyi toplumsal bir kurum sayan anlayış biçimine göre ise, işletme toplumun sosyal, ekonomik ve politik gereksinimlerine cevap verme ve toplumsal sorunlarını çözmesine yardım etmek gibi çok geniş bir işlev ve görev yükümlülüğünün altındadır [1]. Sosyal sorumluluklar, bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, işletme içi ve çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine insanları mutlu ve memnun etmesine ilişkindir [2].

İşletme sosyal sorumluluğu (CSR) kavramı, birbirine paralel iki gelişimden oluşmaktadır. İlki politika yapımcılarının ve işletmelerin çok sayıda girişim, formel tanımlar vb aracılığıyla her seviyedeki sosyal sorumlu davranış (SRB) ve işletme sosyal sorumluluğu (CSR) uygulamalarıyla ilgili görüşü yaymak amaçlı çabalarından ibarettir. İkinci yol, davranış kuralları (rules of conduct) ve yönetim araçları hakkında açık bir tanımlama verme konusunda işletmeler ve sosyal-çevresel şartlar arasındaki bir önceki bilinç düzeyinden yoksun gelişen akademik katkılardan ibarettir. Avrupa Birliği (EU), işletme sosyal sorumluluğunu (CSR) 'işletmelerin gönüllü şekilde daha iyi bir toplum ve daha temiz bir çevreye katkı vermelerine vasıta olan bir kavram' ve 'şirketlerin, işletme uygulamalarına gösterdikleri sosyal ve çevresel ilgileriyle gönüllü bir temele dayalı olarak paydaşlarla olan etkileşimlerini entegre etmeye vasıta olan bir kavram' olarak tanımlamıştır. Bu sorumluluk işgörenleri ve daha genel olarak şirket şemsiyesi altında bütün paydaşları etkiler. İşletme sosyal sorumluluğu, insan, sosyal ve çevresel sermayeye daha fazla yatırım yapan ve uyumun ötesine geçen işletmelerin, ekonomik, sosyal ve çevresel ilgilerini iş stratejileriyle, yönetim araçlarıyla ve aktiviteleriyle entegre etmeyi ifade eder [3].

Günümüzde küçük ve orta ölçekli işletme düzeyinde de sosyal ve çevresel faaliyetler oldukça önemli görülmektedir. Özellikle dünya ekonomi piyasasında KOBİ'lerin gerek sayıca artışı gerekse faaliyetlerinin etki boyutunun genişlemesi bu sonucu doğurmuştur. Bu nedenle sosyal sorumluluğu, küçük işletme düzeyinde incelemek bir zorunluluk haline gelmiştir. Ancak bir KOBİ'nin sorumlulukla ilgili çalışmalarında, özellikleri gereği bazen engelleyici bazen de kolaylaştırıcı faktörlerle karşılaşabilmesi mümkündür. Başarılı sosyal nitelikli bir KOBİ olabilmek için de bu faktörlerin bilincinde olmak gerekir. Toplumla birlikte hareket eden etkin bir KOBİ'nin, bu faktörlerden habersiz yaşadığını iddia etmek de imkânsızdır. KOBİ'ler birçok konuda sorun yaşarlarken ihracat yapan KOBİ'lerin bu sorunları katlanarak daha da büyümektedir.

İhracata yönelmiş firmaların ihracatlarını geliştirme kapsamında karşılaştıkları başlıca sorunlar arasında kalite kontrolü ve standardizasyon bulunmaktadır. Ayrıca fiyat-maliyet ilişkisini doğru kuramamaları da bir sorun kaynağıdır. Temelde ihracatta KOBİ'lerin kronik sorunları, ihracat pazarlaması yönetimi düşüncesinin ve yaklaşımının uygulanamamasından kaynaklanmaktadır[4].

İhracatın KOBİ'lerde son yıllarda önemsenen bir faaliyet olması, bu işletmelerin ekonomik amaçlarının yanı sıra sosyal ve çevresel uygulamalarının da önem boyutunu değiştirmiştir. Bu amaçla çalışma ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılımlarının ölçümlemesini içermektedir. Çalışmanın kuramsal bölümü; KOBİ'lerde



sosyal sorumluluk, çalışmanın önemi ve KOBİ'lerde kullanılan sosyal sorumlulukla ilgili araçlar ya da yönetim teknikleri konularından, uygulama bölümü ise; metot, bulgular, sonuç ve öneriler bölümlerinden oluşmaktadır.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

KOBİ'lerin ekonomik yaşamda önemlerinin artması sonucu, bu işletmeler birçok çalışmanın odağı haline gelmiştir. Ancak yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğunun işletmelerin sorunlarına odaklı olduğunu söylemek mümkündür. Artık sadece ulusal değil uluslar arası ticaretle de önemi bilinen KOBİ'lerin, özellikle uzun vadede toplumla ne derecede uyumlu çalıştıkları konusu birçok araştırmacı tarafından yakın mercek altına alınmaktadır.

Ülkemizde KOBİ kurup işletmek girişimciler için başlı başına bir sorun iken, bu kurumların yaşadıkları sıkıntılar ihracat faaliyetleriyle daha da artmakta ve özellikle ticaretin zayıf olduğu doğu bölgelerinde, ihracatçı KOBİ'lerdeki sorunlar sosyal sorumluluk faaliyetlerini yürütmede daha aşikâr hale gelmektedir. Bu bağlamda Elazığ ülkenin Doğu ve Batı bölgesi arasında ticaretle bir geçiş noktası olup, özellikle ihracatın yeni yeni canlanmaya başladığı bir il konumundadır. Bu nedenle Elazığ ilindeki ihracatçı KOBİ'ler, çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Çalışmamızda Elazığ'da ihracatta bulunan KOBİ'lerin hangi dış kaynaklı sosyal faaliyetlere katkı sağladıkları, bu faaliyetlere katkı sağlama nedenleri ve sosyal ve çevresel uygulamalarından elde ettikleri faydalar incelenmiştir. Özellikle bu kurumların sosyal ve çevresel faaliyetlerinde, devlet teşvikinin oldukça önemli görülmesi nedeniyle, Elazığ'da faaliyette bulunan ihracatçı KOBİ'lerin son üç yılda kamu desteği ya da sosyal faaliyetlere katılım teşviki alıp almadıkları ve son üç yılda sosyal faaliyetlere katılım için hangi kamu desteğini aldıkları da çalışmanın konusu içerisine alınmıştır. KOBİ'lerin sosyal ve çevresel faaliyetleri yerine getirebilme gücü, bu faaliyetlerle ilgili gerekli araç ve yönetim tekniklerini bilmelerini ve bunları uygulamalarını gerektirir. Ayrıca bu çalışmaya ve bu konuda yapılacak diğer çalışmalara ışık tutacağı düşüncesiyle, KOBİ'lerin sosyal ve çevresel faaliyetlerinde hangi araç ve yönetim tekniklerini kullandıkları da ölçümlenmiştir. Bu amaçla KOBİ'lerin sosyal sorumlulukla ilgili kullandıkları araçlar veya yönetim tekniklerine kuramsal olarak da yer verilmiştir.

3. KOBİ'LERDE SOSYAL SORUMLULUK (SOCIAL RESPONSIBILITY IN SMES)

Ampirik çalışmalarda kuramsal bilgiler en az uygulama sonuçları kadar değerli görüldüğünden, bu çalışmanın konusu ile ilgili olan sosyal sorumluluk kavramı, bu kavramla ilgili diğer kavramlar ve konular hakkında teorik bilgilere yer verilmiştir.

Mevcut ekonomik yapı içinde çoğu zaman düşük verimliliklerine rağmen, KOBİ'ler, üretim, ticaret ve hizmet sektörlerindeki sayıca ezici çoğunluklarıyla önemli bir role sahiptirler. KOBİ'ler kişisel ve aile birikimlerinin ekonomiye kazandırılmasını sağladığından, sermaye oluşumunu da hızlandırmaktadır. Küçük işletmeler, sayıca çokluğunun iş imkânı yaratması bakımından da ekonomiye katkıda bulunur. Ancak çok küçük ölçekli firmaların göreceli çoğunluğu ülkemizde küçük işletme sektörünün az gelişmiş yapısını da vurgular [5].

Ülkelerin kalkınma düzeyleri ve sektörler arası farklılıklar nedeniyle KOBİ tanımlamaları ülkeden ülkeye, sektörden sektöre ve hatta bölgeden bölgeye değişebilmektedir. Avrupa Komisyonu'nun KOBİ tanımlamasına göre 'Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ): 250 kişiden az işçi çalıştıran, yıllık satış hacmi 40 milyon EURO'yu geçmeyen veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço



net değeri itibariyle 27 milyon EURO'yu geçmeyen, sermayesinin ya da hisse senetlerinin %25 veya daha fazlası bir işletme tarafından üstlenilmemiş olan veya sermayesi 'küçük ve orta büyüklükteki işletme' tanımı dışındaki işletmelerden meydana gelmemiş olan işletmelerdir[6].

Çoğu KOBİ'ler sorumlu bir şekilde yönetilir, sosyal olarak bölge halkının yaşamıyla ilgilenirler ve geleneksel olarak bölge halkının yaşamına katılırlar. Çoğunlukla işletme sahibinin etik değerleri, KOBİ'lerin sorumlu tutumunda bir rol oynar. Gün geçtikçe daha fazla girişimci çevreyi dikkate almaya kendilerini adamaktadır. Çoğu vakada KOBİ'ler, bazı büyük işletmelerin yüklenmeyi tercih edebildikleri bazı işletme sosyal sorumluluk girişimleri ile ilişkili maliyetlere katlanamazlar. Esasında işletme sosyal sorumluluk girişimleri büyük işletmeler ve sosyal girişimlerden gelir. KOBİ'ler işletme sosyal sorumluluğu ile ilgili konularla karşı karşıya gelmişlerdir ve özellikle küçük ve mikro girişimlerin yeni yeni bu konuya yoğunlaştıkları görülür [7].

Global olarak işletmeler geliştikçe etik çalışması, evrensel işletmelerin bir günlük faaliyetlerini yürütmede farklı kültürel/ülke çevreleri sayesinde gittikçe önem kazanmıştır. İlmi sahiplik hakları, iç ticaret ve rüşvet alma ve verme gibi birçok konuya verilen önem, farklı kültürlerin bu konularla birleşen farklı düşünceleri sayesinde artmaktadır. Ülkeler, ekonomik gelişim düzeylerine, yasal-politik sistemlerine, kültürel standartlarına ve işletme ilkeleri ile ilgili beklentilerine göre büyük ölçüde farklılaşırlar. Bir ülkede yaygın ve tamamen yasal olan bir durum, bir başka ülkede yasal olmayabilir ve bir ülkede alışıldık bir işletme uygulaması olarak düşünülen bir uygulama, bir başka ülkede etik dışı olabilir [8]. Bu nedenle ihracatta bulunan KOBİ'ler için kendi ülkesinin/işletmesinin uygulamaları ile etik değerlerinin yanında ihracatta bulunacakları ülkenin işletme uygulamaları ve etik değerleri de önemlidir. Farklı ülkenin etik değerlerini bilmek, başarılı bir ticaret için zorunludur. Özellikle işletme sahibinin kişisel değerlerinin KOBİ'lerde önemli karar alma etkeni olduğu düşünüldüğünde, kurucunun etik değerleri de işletmenin ihracat faaliyetleri üzerinde önemli etkiye sahip olacaktır.

Küçük ölçekli işletmelerde etik çalışması olarak adlandırılan 'küçük işleme etiği' günümüzde işletme etik araştırmacılarının çok az dikkatini çekmektedir [9]. Küçük işletme etiği ve işletme sosyal sorumluluğu 1970 ve 1980'ler esnasında Amerika'da işletme literatüründe ortaya çıkmıştır. Bu literatürün başlangıcı, esasen işgören davranışının ahlaki konuları ve sosyal sorumluluğun diğer alanlarıyla ilgilidir. Genellikle literatürdeki işletme etiğinin odağı, büyük ölçekli işletmeler olmasına rağmen 1990'ların sonlarında küçük ölçekli işletmelerin çevresel etiği ile ilgili bazı araştırmalar görülmektedir [10]. İşletmelerde oluşan etik programlar yardımıyla, bireysel değerler ile örgütsel değerlerin yakınlaşması sağlanır. Böylece motivasyon ve performans sağlanır. Bireyler arası karşılıklı güveni oluşturmaya çalışan etik değerler, toplam kalite yönetimine ve stratejik planların uygulanmasına yardımcı olurlar [11].

Ekonomik ve yasal sorumluluklar düzeyi, gizli el ve devletçi yaklaşımlarının paralelinde hisse senetlerine ve sermayedarlarına karşı ortaya koydukları sermayenin karşılığı olan karı elde etme gibi ekonomik faaliyetlerini sürdürürken uyması gereken kanunlar, örf ve adetler gibi yasal yükümlülükleri ifade etmektedir. Etiksel sorumluluklar, toplum bireylerinin işletmeden umduğu ya da beklediği davranış ve faaliyetleri içerir. Sağduyu sorumluluklar ise, toplum bireylerinin beklemedikleri, işletmelerin gönüllü faaliyetlerini içermektedir [12].

Sosyal sorumluluk düzeyleri aşağıdaki Şekil 1'de görüldüğü gibi ekonomik, yasal, etiksel ve sağduyu sorumluluklarını içermektedir [12]:

SAĞDUYU SORUMLULUKLAR
ETİKSEL SORUMLULUKLAR
YASAL SORUMLULUKLAR
EKONOMİK SORUMLULUKLAR

Şekil 1. Sosyal sorumluluk düzeyleri
(Figure 1. Levels of social responsibility)

KOBİ'lerin sosyal ve toplumsal aktiviteleri parçalıdır, informeldir. KOBİ'lerin bazıları ise formel politikalara ya da belirlenmiş amaçlara ihtiyaç duyarlar. Çoğu işletmeler, işletme sosyal sorumluluğu semsiyesinin çok az kısmıyla ilgilidirler. Çoğunlukla yaptıkları şeyin ne olduğunu bilmezler. KOBİ'ler, daha çok içsel konulara odaklanmaya meyillidirler. KOBİ'lerin sorumlu işletme uygulamalarının büyük bir bölümü bu yüzden personel konularına, işgören becerilerini artırmaya, örgütteki moral ve motivasyona ilave olarak takım oluşturmaya yoğunlaşır. Bu nedenle KOBİ'lerin sosyal, toplumsal ve çevresel girişimlerinin çoğunluğu işgörenleri etkilemeye yönelimlidir[13].

Worthington ve diğerleri İngiltere'deki sahibi ya da yöneticisi Asya kökenli olan küçük ve orta ölçekli işletmelerde, işletme sosyal sorumluluklarının tutumsal ve davranışsal görünümünü araştırmışlardır. Çalışma şu konuları içermektedir [14]:

- İşletme sosyal sorumluluğu ile ilgili sahip-yönetici anlayış ve tutumları,
- Daha sosyal sorumlu bir yaklaşım izlerken yapılan işlemleri,
- Sosyal sorumlu davranış tarzları,
- İşletme sosyal sorumluluğunun örgütsel faydaları ile ilgili algılar,
- İşletme sosyal sorumluluğunun yapısal düzenlemeleri,
- Sosyal, etiksel ve çevresel konulara katılım engelleri.

Araştırmacılar, işletme sosyal sorumluluğundan işletmelerin elde etmeyi umdukları faydaların karmaşık bir yapıya sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Bazı cevaplayıcılar sosyal sorumluluk davranışının etkisini çok az, ya da çok düşük düzeyde hissettiklerini belirtirken, bazıları da iyileştirilmiş kamu ilişkileri, artan işletme ünü ve halk gözünde olumlu işletme imajına sahip olarak piyasaya girmeyi ya da satışları artırmayı beklediklerini belirtmişlerdir [14].

Jenkins yürüttüğü çalışmasında verileri, işletme sosyal sorumluluk şampiyonu olan 24 İngiliz Küçük ve Orta Ölçekli (KOBİ) işletme ile yarı yapılandırılmış mülakat sonucu elde etmiştir. Bu çalışmanın sonuçları, işletme sosyal sorumluluk şampiyonu olmayı sağlayan dört adım şeklinde özetlenmiştir[15]:

- Bir işletme sosyal sorumluluğu anlayışı geliştirme ve bu anlayışı işletme ilkeleri haline getirme,
- İşletme sosyal sorumluluk aktivitelerini hedef alma-Bu çalışmada işletmelerin başlangıç noktası bir işletme olarak en büyük etki düzeyini istemek ve işletme sosyal sorumluluk çabalarını hedef olarak önemli ölçüde farklılık elde etmeyi ummaktır.
- Sosyal sorumluluğu bir engel olarak değil üstesinden gelinebilecek bir mücadele olarak görme,



- İşletmelere sağladığı faydaları dikkate alma şeklindedir.

Bu sonuçlardan faydaların yapısı farklıdır fakat ortak konular, artan işgören motivasyonu ve iyileştirilmiş imaj şeklindedir. Bu faydaların çoğunluğu 'soyut' ve çevresel girişimlerin haricinde ki faydalardır, birkaç işletme ise sıkı mali tasarruf tecrübesine sahiptir. Çalışmaya katılan işletmelerde, ISO 14001 (sekiz işletme) güvenliği ya da EMAS (üç işletme) yoluyla ve insana yatırım standardını (Investors in People Standart) dikkate alarak personeli geliştirme yoluyla (on beş işletme) çevresel yönetim ile ilgili stratejik bir yaklaşıma sahip olma oldukça yaygındır. Toplumsal aktiviteler ise, daha ad hoc temelde yürütülür. Toplumla ilgili daha stratejik yaklaşımlara, Business in Community tarafından (beş şirket) Toplum Nişanı (The CommunityMark) ödülü almış olma ve eğitim-işletme ortaklığını birleştirme şeklinde örnekler verilebilir [15].

Perrini'nin çalışmasında Avrupa ve İtalya'daki Küçük ve Orta Ölçekli işletmeler kıyaslamalı olarak incelenmiştir. Avrupalı KOBİ'lerin dörtte üçü, sosyal sorumluluk aktivitelerinden elde ettikleri faydaları tanımlayabilmelerine rağmen (müşteri sadakatini artırma ve daha iyi toplum/halk otoriteleri ile daha iyi ilişkiler kurma gibi), bu aktivitelerinin çoğunluğu fasılalı ve diğer işletme stratejileri ile ilgisizdir. Avrupalı KOBİ'ler, sosyal ve ekonomik düşüncelerdense genellikle çevresel etkilerle ilgili bir ya da iki temel konuya yoğunlaşarak, işletme sosyal sorumluluğuna öncelik verirler. Sosyal konulara odaklandıkları zaman öncelik verdikleri konular yerel konular ve programlardır-genellikle spor, kültür ve sağlık/refah konuları. Daha çok kamu otoriteleri, KOBİ'lerin toplumla iç içe olan ilişkilerini destekler. Topluma katkı sağladıkları zaman Avrupalı KOBİ'lerin, sadece %8'i kamu desteğinin bazı türlerini alırlar (vergi indirimi, sübvansiyonlar ve bilgi gibi). KOBİ'lerin çoğunluğu 'zarar görebilir uyumluluğa' sahiptirler. Çünkü daima tam uyumluluğu garantileyecek çevresel yasalar hakkında yeterli bilgiye sahip değildirler. Bocconi Üniversitesi tarafından yürütülen araştırma, İtalyan İş ve Sosyal Çalışmalar Bakanlığı adına 400 işletmeden oluşan bir örneklem üzerinde tamamlanmıştır. İtalya'daki işletmeler, işletme sosyal sorumluluk ile ilgili girişimlerinin; eğitim aktiviteleri (%89), işgörenlerin sağlığını koruma (%82), yerel halkı destekleme (%72), kültürel aktiviteleri destekleme (%70) ve ürün güvenliğini (%67) ve çevresel etkiyi(%62) kontrol etme şeklinde olduğunu belirtmişlerdir. Bu işletmeler; genellikle bir işgören katılım programları (%83), sponsorluk (%75), bağışlar (%51), direkt yatırımlar (%47) ve yönetim sistemleri (%42) gibi işletme sosyal sorumluluk araçlarını benimsediklerini belirtmişlerdir [3].

4. KOBİ'LERDE KULLANILAN SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ ARAÇLAR YA DA YÖNETİM TEKNİKLERİ (INSTRUMENTS OR MANAGEMENT TOOLS ABOUT CSR USING IN SMES)

Twente Üniversitesinde yapılan bir araştırma, birbirleriyle bağlantılı dört sürecin geniş bir etik programını geliştirmek için önemli olduğunu gösterir: Danışmanlık süreci (bir örgütün sosyal sorumluluğunu tanımlamak için farklı paydaşlara danışması), entegrasyon süreci (bir örgütün işlemsel ve bilgi sistemleri ile ilgili sosyal sorumluluklarına önem vermesi), bilgi süreci (farklı sosyal sorumluluklarla ilgili fiili davranışı izleyerek ve raporlayarak farklı paydaşları bilgilendirme) ve değerlendirme süreci (diğer süreçlere dayalı olarak bütün paydaşların fiili davranışı değerlemesi ya da sorumlu ya da sorumsuz olarak yargılanması) [16]. Sorumluluk, hem kalite yönetiminde hem de işletmedeki etik programlarında temel bir kavramdır. Kalite, ahlaki kavramlara açıkça



odaklanmaksızın başarılı olarak yönetilemez. Aynı zamanda bir işletme çevresinde etik davranış, tam kalite kontrolünü kabul eder. Kontrol ve serbestlik ile güvenli ve sorumlu davranış arasında iyi bir dengeye ihtiyaç duyulur. Çoğu araçlar, kalite yönetim alanındaki bu süreçleri kolaylaştırmaya uygundur. Süreçlerin kontrolüyle sadece kişisel bakımı kombine ederek, yüksek kalite seviyelerine ulaşmak mümkündür. Baldridge Ödül Modeli, EFQM modeli, Hollanda Kalite Modeli ve ISO-9000 serileri gibi iyi bilinen kalite modellerinin hepsinde, dışsal gruplara odaklanma amaçlanır. Müşterilere önem verme süreklidir çünkü çoğu vakalarda kalitenin 'kullanım için uygunluk' şeklinde algılandığı anlaşılar. Kalite yönetiminde daha geniş çevreyle uyumluluk, doğrulama kontrolüyle ve bir örgütün içsel süreçlerin yenilenmesiyle yönetilir. Örgütler ne yapabileceklerini, bunu neden yapabileceklerini ve işlemlerinin sonuçlarının ne olduğu konusunda görüşe sahip olmalıdır. Toplum üzerindeki etkiyi ölçme, müşteri tatmini ve işgören tatmini, çoğu kalite modellerinde önemli göstergelerdir. Kalite yönetimi ile işletme etiği arasındaki bağlantı oldukça güçlüdür çünkü birbirlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Hala uygulamada çoğu örgüt, sosyal sorumluluklarını yönetirken bu şekilde farklı etik programlarıyla çalışır. Nijhof ve diğerlerinin görüşüne göre; kalite yönetimi ile sosyal sorumluluk arasındaki bağlantı ortak yönetim sistemleri entegrasyonu için güçlü bir başlangıç noktasıdır. Özellikle bir etik programı, SA8000 ya da AA1000 gibi normlara dayalı ise böyle bir entegrasyon dikkatli şekilde yönetilmelidir. Entegrasyon sistemi her iki alandan gelen araçları ve metotları içerebilir [16].

Günümüzde KOBİ'ler, ulusal ve uluslar arası piyasada etkin olarak faaliyette bulunabilmek için sosyal sorumlulukla ilgili standartlara uymalarının ne kadar önemli olduğunun farkına varmışlardır. Ürün ve hizmet kalitesinde tam geçerli not almak, artık işletmelerin uzun vadeli varlıklarını korumalarına yardımcı olamamaktadır. Bu gerekçeyle sadece büyük ölçekli işletme düzeyinde değil, KOBİ'ler için de önemli görülen bu standartlara yer verilmiştir.

ISO 9000 Kalite Standartları Serisi bir işletmede etkili bir yönetim sisteminin kurulmasını, dokümanite edilmesini ve sürdürülmesini gösteren çalışmalardır. TS-EN-ISO 9000 Kalite Standartları Serisi tedarikçi firmalar, bunların müşterileri ve belgelendirme kuruluşlarının kullanımı için yayınlanmış ISO 9000 Kalite Standartları Serisinin Türkçeye çevirisidir. TS-EN-ISO 9000 Kalite Standartları'nın şartları, söz konusu işletmede çalışan personel sayısına bağlı olmaksızın her işletmede uygulanabilir [17]. ISO 9000 sertifikasına sahip işletmeler etkinliklerini artırmak için mükemmellik modeli kriteri olan kalite ödülleri (EFQM, MBNQA) yer alan kendi kendilerini değerlendirme yöntemini kullanmaktadır. ISO 9000 standartları ve mükemmellik ödülleri birleşimi işletmeyi olgun bir Toplam Kalite Yönetimi (TKY) düzeyine götürür [18].

20.yüzyılın özellikle ikinci yarısından itibaren çevre kirliliği konusu önem kazanmıştır. Sınır aşan çevre kirliliği, çevre sorunlarına uluslar arası işbirliği ile çözüm aranmasını zorunlu kılmıştır. Amacı, mal ve hizmetlerin üretilmesi sürecinde atıkların azaltılmasını, çevrenin korunmasını ve kaynakların verimli kullanılmasını sağlamak olan çevre yönetim sistemleri önem kazanmıştır. Bu nedenle Uluslar arası Standardizasyon Organizasyonu tarafından ISO 14000 standartlar serisi geliştirilmiş ve ISO 14001 Çevre Yönetim Standardı 1996 yılında ilan edilmiştir [19]. Uluslar arası bir organizasyon olan TC 207 numaralı teknik komitesi tarafından oluşturulan ISO 14000 Çevre Yönetimi Standartları serisinde çevre kavramı; 'bir organizasyonun tüm faaliyetlerinin içinde gerçekleştiği hava, su, toprak, doğal kaynaklar, flora, fauna, toplum gibi faktörleri ve bunlar arasındaki



ilişkileri de içine alan ve genişleyen bir mahal/sistem' olarak tanımlanmaktadır [20]. ISO 14000 standardı bir çevre yönetim sistemi uygulayan, bu sistemi sürdüren ve geliştiren, kendi çevre politikasına uymayı taahhüt eden ve bu taahhüdü başkalarına gösterebilen ve bu konuda kararlı olan tüm kuruluşlara uygulanabilir. Dolayısıyla sadece büyük firmalara değil, aynı zamanda önemi gittikçe anlaşılan küçük ve orta ölçekli işletmelere de hitap etmesi nedeniyle büyük önem taşımaktadır [21].

Sosyal sorumluluk-Social Accountability SA 8000, medya tarafından sıkça yapılan yayınlarda görüldüğü gibi, ürünlerinin, insan haklarının ihlali, çocuk işçi çalıştırma, ve ayrımcılık gibi şartlar altında yapılıp yapılmadığı konusunda tüketicilerin ve paydaşların (stakeholders) kaygılarının giderek artması, bir çok şirketin mevcut yönetim yaklaşımı, işçi yasaları, paydaşlarla ve şirketin kendi uygulama kuralları ile empoze edilen taleplerle yeterince başa çıkamamaları gerekçeleri ile 1997 yılı Ekim ayında SA 8000 Uluslar arası Çalışma Örgütünün (ILO-International Labour Organization) konvansiyonları, Evrensel İnsan Hakları Beyannamesi ile Çocuk Hakları konusunda Birleşmiş Milletler Konvansiyonu esas alınarak SAI (Social Accountability International) tarafından ilk global etik standardı Sosyal Sorumluluk 8000 (SA 8000) yayınlandı ve 2001 de revize edildi. Tedarikçi seçiminde dünyadaki ilk evrensel ahlak standardı olma özelliğine sahip olan SA 8000'in, küresel işletmelerin tedarikçilerinden, ISO belgelerinin yanı sıra isteyeceği önemli bir standart olacağına inanılmaktadır [22].

Hesap verilebilirlik 1000 (Accountability 1000:AA1000) 1999 yılında İngiltere'de kurulmuş olan 'Sosyal ve Etik Hesap Verilebilirlik Enstitüsü' (ISEA-Institute for Social and Ethical Accountability) isimli bir kar amacı gütmeyen organizasyon tarafından geliştirilmiş bir sosyal sorumluluk standardıdır. Bu standart işletmelerde etik davranışın ölçülmesi ve raporlanmasına ilişkindir. Süreç standartları; planlama, hesap verme, denetleme ve raporlama, yerleştirme ve paydaşları konuya dahil etme safhalarını kapsamaktadır [23].

Avrupa Toplulukları Komisyonu, işletme sosyal sorumluluğu ile ilgili uygulamalar ve araçların şeffaflığı ile yoğun bütünleşmeyi aşağıda belirtilmiş olan alanlarda istemektedir [24]:

- **Davranış Kuralları (Codes of Conduct):** Sosyal ve çevresel etkiye ve endüstrinin etik standartlarına artan kamu ilgisi, özellikle tüketim ürünleri sektöründe; işgücü, insan hakları ve çevre konularıyla ilgili davranış prensiplerini kabul etmek için çoğu işletmeyi hareketlendirmektedir. Özellikle standartları minimum derecede uygulama konusunda kamu otoritelerinin başarısız olduğu ülkelerde, davranış prensipleri; temel insan, işgücü ve çevresel haklar ve anti-yolsuzluk uygulamalarının gelişimi için gerekli yenilikçi ve önemli araçlardır. Prensiplerle ilgili en büyük çalışma; onların etkili şekilde uygulanabilmesini, izlenebilmesini ve tetkikini sağlamaktır. Bu dikkate alındığında Komisyon, uluslar arası örgütler tarafından geliştirilmiş olan davranış ilkelerine yaygın işletme bağlılığını önemser.
- **Yönetim Standartları (Management Standards):** İşletmelerin; sektörü, büyüklüğü, yapı veya olgunluğu ne olursa olsun dahil oldukları işgücü uygulamaları ve tedarikçi ilişkileri gibi alanlarda karşı karşıya kaldıkları karmaşık konularla, artan derecede başa çıkabilmeleri günlük işlemlerine sosyal ve çevresel konuları dahil etmeleri yoluyla mümkündür. Bu şartlarda İşletme Sosyal Sorumluluk Yönetim Sistemleri-TKY sistemleri gibi- sosyal ve çevresel etkilerin açık bir tanımlamasına sahip



olma konusunda girişimlere izin verebilir, önemli bir şeyi hedeflemeleri ve daha iyi yönetmelerine yardım edebilir. Çevre Yönetim ve Kontrol Planları (EMAS-The Eco-Management and Audit Scheme), örneğin çevresel bir yönetim projesine gönüllü katılıma izin verir. Çevresel ve ekonomik performanslarını kendi kendine değerlendirme, yönetme ve iyileştirmek isteyen işletmeler ve diğer örgütlerle ilgili bir plandır. İlave olarak aktif işgören katılımı, EMAS için zorlayıcı bir güçtür ve örgütlerin sosyal yönetime bir katkılarıdır.

- **Ölçme, Raporlama ve Güven (Measurement, Reporting and Assurance):** Son 10 yılda gitgide artan sayıdaki işletme, sosyal ve çevresel performansları ile ilgili bilgi vermeye başlamıştır. Ekonomik, sosyal ve çevresel göstergelerin 'Üç-esaslı hat (triple-bottom line)' raporlaması, iyi uygulama olarak ortaya çıkar. Uygulamanın bu ilk safhasında esneklik, raporlamanın bireysel olarak her işletmeye uygun olmasını sağlayabilir. Ancak aktarılan bilgi tipi, raporlama formatı, kullanılan göstergeler ve değerlendirme ile kontrol prosedürlerinin güvenilirliği konusunda sahip olunan büyük bir uyum, belirli sektörlerdeki ve benzer büyüklükteki işletmeler için işletmelerin performansının daha anlamlı olarak kıyaslanmasına ve iletilmesine izin verebilecektir. Global Raporlama Girişimi (GRI) tarafından geliştirilen tüzükler, bu şekildeki uyumun temelini oluşturabilen raporlama için ilkeler setine iyi bir örnektir.
- **Etiketler (Labels):** Tüketici bilgi hakları EC (European Communities) antlaşmasıyla elde edilir. Bilgi, doğru ve tüketicilere faydalı olabilecek bilgi olmalıdır. Tüketiciler sosyal ve çevresel sorumlu olarak üretilmiş ürünlere ve hizmetlere artan tercihleri olduğunu belirttiklerinden, tüketicilerin imalatın sosyal ve çevresel koşulları ile ilgili bilgiyi elde etmeleri, seçeneklerle ilgili bilgiyi elde etmelerinde can alıcı değerde olacaktır. Böyle bilgi, imalatçı tarafından kanıtlanmış delilleri, tüketici örgütlerinden ve 3.tarafın ispatladığı etiketlerden elde edilen bilgiyi içeren, farklı biçimler ve farklı kaynaklardan elde edilebilir. Müşteriler aynı zamanda spesifik konularla ilgili iyi uygulamaları tanımlayan; ödüller, etiketler listesi gibi kabul gören projelerle bilgi alırlar. Avrupa Birliği-Çevre Etiketleri (The EU-Ecolabel-Avrupa Birliği Çevre Etiketleriyle(çiçek), en yüksek çevre kaliteli ürünler ödüllendirilir. Çiçek, şeffaf ve güvenilir bir etikettir çünkü kritere uyum bağımsız bir 3.tarafça onaylanır, tetkik edilir ve gözlemlenir. Tüketici, etiketi taşıyan ürünün çevresel performansı konusunda en iyilerden biri olduğuna güvenebilir) dürüst ticaret ve etik ticaret girişimleri ve etiketler gibi, 3 tarafın kabul ettiği ürün etiketleme projelerine örnektir. Fakat sınırlı bir ürün kategorisi için kullanılabilir. Çoğu tüketim ürünleri için ilgili sosyal ve çevresel bilgi kolaylıkla elde edilemez.
- Hem etik hem de dürüst ticaret hareketleri, şimdi etiketleme ve belgeleme için şeffaf ve kabul edilebilir kriter geliştirmeyi amaçlayan ortak çabalar altında düzenlenir. Avrupa Toplulukları Komisyonu, Dürüst Ticaret Etiketleme Örgütü (FLO) tarafından başlatılmış olan, yeni ortak dürüst ticaret etiketi gibi girişimlerle var olan etiketlerin rasyonelleştirilmesi şeklindeki bu çabaları hoş karşılar. Ayrıca dürüst ve etik ticareti geliştirmek için, ilave standartları kabul etme ihtiyacını inceleyecektir.



- Etiketleme projelerine katılım, gönüllü olabilecektir. Etiketler, Avrupa Birliği (EU) uluslar arası yükümlülükler ve uygulanabilir rekabet kurallarını dikkate alarak; bir amaçla, şeffaflıkla, güvenle ve ayırt edilemez bir konuda uygulanabilecektir. ILO işgücü anlaşmaları, böyle projelere minimum bir temel oluşturur. Avrupa Birliği (EU), özel gönüllü girişimleri dikkate alarak ILO'nun çalışmasını destekler.
- **Sosyal Sorumlu Yatırım (Social Responsible Investment):** Rekabetçi avantaj sağlayan faktörleri ve sosyal olarak sorumlu girişimlerin iş başarılarını tanımlayan kriter ve göstergelere göre örgütleri sıraya koyarak-Bağımsız danışmanlar ya da yatırım bankalarının Sosyal Sorumlu Yatırım (SRI) departmanları- işletme sosyal sorumluluğunun(CSR) ilerlemelerine katkı sağlamak, Sosyal Açından Sorumlu Yatırım için (SRI) temeldir.

5. METOT (METHOD)

Araştırma, Elazığ ilinde faaliyette bulunan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal ve çevresel konularını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Veriler, yöneticilerle yapılan yüz yüze görüşmelerle, anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Ticaretin yeni yeni canlanmaya başladığı illerden olan Elazığ'da, Ticaret ve Sanayi Odası kayıtlarında yaklaşık 37 işletmenin yurt dışına mal sattığı görülmektedir ancak bu işletmelerden faal olarak çalışan ve yurt dışına mal satan firma sayısı 27'dir. Bu işletmelerin 18'inden veriler elde edilebilmiştir. Ulaşılamayan işletmelerin bir kısmının artık yurt dışına mal ithal etmedikleri, diğer bir kısmının da çalışmaya katılmak istemedikleri tespit edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm; KOBİ'lerle ilgili genel bilgi bölümü, ikinci bölüm; ise KOBİ'lerin sosyal ve çevresel performanslarının ölçümlendiği bölümdür. İkinci bölüm, 20 sorudan oluşmaktadır. Ancak bu çalışmada ihracatçı işletmelerin sosyal ve çevresel faaliyetlere katılım şekilleri, bu faaliyetlere fiilen katılımları, katılım nedenleri ve bu faaliyetlerden elde ettikleri faydalar üzerinde durulacaktır. Anket formunun oluşturulmasında dört kaynak dikkate alınmıştır. Bunlardan ilk ikisi, Avrupa Komisyonu Girişim Genel Direktörlüğünün sosyal sorumlu KOBİ'lerle ilgili Türkçe [25] ve İngilizce anket formlarıdır [26]. Diğer ikisi ise, Avrupa Komisyonunun 2002 tarihli KOBİ'lerin sosyal ve çevresel sorumlulukları ile ilgili raporu [27] ve İngiliz Business in the Community'in (BITC), DTI (Department of Trade and Industry) adına KOBİ'lerin toplumsal ve sosyal konuları üzerine yürüttüğü araştırmadır [13]. Elde edilen verilerin analizi için SPSS For Windows 13.0 programı kullanılmıştır. Anket formunda, bu çalışmanın amacını oluşturan yedi soru değerlemeye alınmıştır. Soru 9(Tablo3), 10 (Tablo4), 11(Tablo5), 18 (Tablo7) ve 19.(Tablo8) sorular Avrupa Komisyonunun 2002 tarihli KOBİ'lerin sosyal ve çevresel sorumlulukları ile ilgili raporundan [27] ve soru 8 (Tablo2) İngiliz Business in the Community'in (BITC), DTI (Department of Trade and Industry) adına KOBİ'lerin toplumsal ve sosyal konuları üzerine yürüttüğü araştırmadan [13] alınmıştır. Ayrıca soru 17(Tablo6)ise Avrupa Komisyonu Girişim Genel Direktörlüğünün, sosyal sorumlu KOBİ'lerle ilgili İngilizce anket formundan [26] alınmıştır. Tablo 1'de KOBİ'leri tanımlayıcı bilgilerin tespitinde Avrupa Komisyonu Girişim Genel Direktörlüğünün sosyal sorumlu KOBİ'lerle ilgili İngilizce formundan yararlanılmıştır [26]. SPSS For Windows 13.0 programı kullanılarak ilgili soruların frekans dağılımları çıkarılmıştır.

6. BULGULAR (FINDINGS)

Tablo 1'de çalışmaya katılan KOBİ'leri tanımlayıcı sorulara, işletme yöneticilerinin verdikleri cevapların dağılımı görülmektedir.

Tablo 1. Araştırmaya katılan ihracatçı KOBİ'leri tanımlayıcı bilgiler
(Table 1. Knowledges determining of exporting SMEs involved in research)

Kriterler		N	%	Ortalama	S.Sapma
Sektör	Madencilik	5	27.8	2.0556	1.55193
	İmalat	12	66.7		
	Diğer	1	5.6		
	Toplam	18	100.0		
Hukuk	Özel Limited Şirket	8	44.4	3.3889	1.33456
	Ortaklık	5	27.8		
	Diğer	5	27.8		
	Toplam	18	100.0		
İşgören	Tam zamanlı işgörenler	17	94.4	1.0556	.23570
	Yarı zamanlı işgörenler	1	5.6		
	Toplam	18	100.0		
Amaç	Birleşmeyle var olma ve gelişme	7	38.9	3.7778	1.00326
	Daha yüksek karlılık	6	33.3		
	Daha yüksek kalite	5	27.8		
	Toplam	18	100.0		
Değişme	%10daha fazla arttı	14	77.8	1.4444	.85559
	%10daha fazla azaldı	4	22.2		
	Toplam	18	100.0		
Aile	Evet	14	77.8	1.2222	.42779
	Hayır	4	22.2		
	Toplam	18	100.0		
Cinsiyet	Erkek	16	88.9	1.1111	.32338
	Kadın	2	11.1		
	Toplam	18	100.0		
Grup	Evet	3	18.8	1.8125	.40311
	Hayır	13	81.3		
	C.V.	2	-		
	Toplam	18	100.0		

C.V.= Soruya cevap vermeyen işletmeleri ifade eder.

Tablo'ya göre; çalışmaya katılan işletmelerin büyük çoğunluğu 'imalat sektöründe' faaliyette bulunan işletmelerdir. Aynı zamanda işletmelerin, %44,4'nün 'özel limited şirket' olduğu; %94,4 gibi yüksek bir oranda işletmelerin, 'tam zamanlı işgören' istihdam ettikleri; %33,3'ünün 'daha yüksek karlılığı', %38,9'unun 'birleşmeyle var olma ve gelişme'yi ve yine %27,8'inin ise 'daha yüksek kaliteyi' amaçladıkları; %77,8'inin 'son 3 yılda işgören sayısının %10'dan daha fazla arttığı'; %77,8'inin 'aile' işletmesi olduğu; ankete cevap veren yöneticilerin %88,9'unun 'Erkek' olduğu ve son olarak da işletmelerin %81,3'ünün 'dış çıkar grubunun' olmadığı şeklinde bir dağılımı görmekteyiz. Ancak 'dış çıkar grubun' varlığı ile ilgili soruya verilen cevabın, sorunun tam olarak anlaşılmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 2. İhracatçı KOBİ'lerin son 12 ay içerisinde edindiği tecrübeler
(Table 2. Experiences having of exporting SMEs in the last 12 months)

Kriterler	1	2	3	Cevap vermeyen	Ortalama	S.Sapma
T1	13 (72.2)	4 (22.2)	1 (5.6)	-	1.3333	.59409
T2	12 (75.0)	3 (18.8)	1 (6.3)	2 -	1.3125	.60208
T3	13 (76.5)	2 (11.8)	2 (11.8)	1 -	1.3529	.70189
T4	14 (77.8)	3 (16.7)	1 (5.6)	-	1.2778	.57451
T5	14 (82.4)	2 (11.8)	1 (5.9)	1 -	1.2353	.56230
T6	15 (88.2)	1 (5.9)	1 (5.9)	1 -	1.1765	.52859
T7	15 (83.3)	2 (11.1)	1 (5.6)	-	1.2222	.54832
T8	11 (64.7)	3 (17.6)	3 (17.6)	1 -	1.5294	.79982

1=Evet, 2=Hayır, 3=Bilmiyorum

- T1=Önem verilen müşterinin KOBİ'nin çevresel standartlarından tatmin olmayı firmadan beklmeleri konusunda sahip olunan tecrübe,
- T2=Önem verilen müşterinin KOBİ'nin çalışılan topluma ve halka katkısından ya da ilgisinden tatmin olmayı firmadan beklmeleri konusunda sahip olunan tecrübe,
- T3= Önem verilen müşterinin KOBİ'nin sağlık ve güvenlik ile ilgili uygulamalarından tatmin olmayı firmadan beklmeleri konusunda sahip olunan tecrübe,
- T4=KOBİ hakkında iddia edilen ayrımcılıkla ilgili her tür şikâyet konusunda sahip olunan tecrübe,
- T5=KOBİ'nin açıkladığı ilke ve değerleriyle rekabetçi bir girişimde bulunma konusunda sahip olduğu tecrübe,
- T6=KOBİ'de iş örnekleri üzerinde önemli yeni bir düşünceye sahip olma konusundaki tecrübe,
- T7=KOBİ'nin sorumlu işletme uygulamaları hakkında firma içinde yapılan tartışmalar hakkındaki tecrübesi,
- T8=KOBİ'nin bir dış paydaşın sosyal ve çevresel uygulamalarını sorgulaması ile ilgili sahip olduğu tecrübe.

Tablo 2, ihracatçı KOBİ'lerin son 12 ay içerisinde edindiği tecrübelerinin frekans dağılımını göstermektedir. Tablo incelendiğinde çalışmaya katılan KOBİ'lerin, 'iş örnekleri üzerinde önemli yeni bir düşünceye sahip olma konusunda' (%88,2) ve 'sorumlu işletme uygulamaları hakkında firma içinde tartışmalar hakkında' (%83,3) ve 'açıkladıkları ilke ve değerleriyle rekabetçi bir girişimde bulunma konusunda' (%82,4) sahip oldukları tecrübeleri oldukça yüksek yüzde değerlerine sahiptir. İhracatçı KOBİ'lerin ölçümlenen diğer sahip oldukları tecrübeleri de %60-%80 değerleri arasında bir dağılım göstermektedir.



Tablo 3. İhracatçı KOBİ'lerin 2005 yılında katıldıkları dış kaynaklı sosyal faaliyetler-Bu ifadeler firmanın kendi işgörenleriyle ilgili faaliyetlerini içermez- (Birden fazla işaretleme yapılabilir)
(Table 3. External social activities to participate of exporting SMEs in 2005 year -These terms not included activities to firm's own employees) (More answers allowed)

Kriterler	İşletme Sayısı (N=18)		Yüzde (%)
	Cevap veren	Cevap vermeyen	
Spor aktivitelerini destekleme	9	9	50.0
Kültürel aktiviteleri destekleme	4	14	22.2
Sağlık ve refahı artırıcı aktiviteleri destekleme	4	14	22.2
Eğitim ve gelişim aktivitelerini destekleme	14	4	77.8
Çevresel aktiviteleri destekleme	7	11	38.9
İşgören tedarikinde sosyal olarak kısıtlı bulunan gruplardan (etnik azınlık) personel tercih etme	7	11	38.9
İşletme adına kamu işlerine ya da politik süreçlere katılma (yerel ya da bölgesel toplumda)	5	13	27.8
Hiçbir şekilde katkı sağlamama	1	17	5.6
Hiçbiri	2	16	11.1
Bilmiyorum	-	18	-

Tablo 3, ihracatçı KOBİ'lerin 2005 yılında katkı sağladığı faaliyetlerin frekans dağılımını göstermektedir. Tablodaki bu ifadeler firmanın kendi işgörenleriyle ilgili faaliyetlerini ya da işgörenleri içermemektedir. Tablo incelendiğinde, çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin 'eğitim ve gelişim aktivitelerini' (%77,8) ve 'spor aktivitelerini' (%50,0) yüksek oranlarda desteklediği görülmektedir. Ancak 'kültürel aktiviteleri' (%22,2) ve 'sağlık ve refahı artırıcı aktiviteleri' (%22,2) desteklemelerinin daha düşük oranda olduğu görülmektedir.

Tablo 4, ihracatçı KOBİ'lerin dış sosyal amaçlara ya da faaliyetlere katkı sağlama nedenlerinin frekans dağılımını göstermektedir. Tablodaki nedenlerin gösterdiği dağılım, tablo 3'deki katkı sağlanan alanların gerekçeleri olmalarından dolayı önemlidir. Bu tabloda, işletmelerin dış sosyal amaçlara ya da faaliyetlere katılım nedenlerinden 'ekonomik performansı iyileştirme (maliyetleri azaltma/satışları artırma)' (%61,1), 'toplum/kamu otoriteleri ile iyi ilişkiler' (%55,6), 'işgörenlerin iş tatmini geliştirme' (%55,6) ve 'mevcut kamu teşviklerinden faydalanma (vergi indirimleri, parasal teşvikler ve diğer teşvikler)' (%50,0) nedenleri sosyal faaliyetlere katılımlarının en önemli olanlarıdır. Bu nedenler içerisinde en düşük oran 'üçüncü tarafların yaptığı baskı (müşteriler, rakipler, devlet gibi)' (%22,2) nedenine aittir.

Tablo 4. İhracatçı KOBİ'lerin dış sosyal amaçlara ya da faaliyetlere katkı sağlama nedenleri (Birden fazla işaretleme yapılabilir)
(Table 4. Reasons for contributing to external social goals or activities of exporting SMEs) (More answers allowed)

Kriterler	İşletme Sayısı (N=18)		Yüzde (%)
	Cevap veren	Cevap vermeyen	
Ahlaki nedenler	7	11	38.9
Toplum/Kamu otoriteleri ile iyi ilişkiler	10	8	55.6
Müşteri sadakatini geliştirme	8	10	44.4
İşletme ortakları ve yatırımcılarla ilişkileri iyileştirme	8	10	44.4
İşgörenlerin iş tatminini geliştirme	10	8	55.6
Ekonomik performansı iyileştirme (maliyetleri azaltma/satışları artırma)	11	7	61.1
Çevresel standartları uygulama (sosyal ve çevresel olarak sorumlu işletme uygulamaları ile ilgili standartlar)	5	13	27.8
Üçüncü tarafların yaptığı baskı (müşteriler, rakipler, devlet gibi)	4	14	22.2
Mevcut kamu teşviklerinden faydalanma (vergi indirimleri, parasal teşvikler ve diğer teşvikler)	9	9	50.0
Diğer	1	17	5.6
Hiçbiri	2	16	11.1
Bilmiyorum	-	18	-

Tablo 5. İhracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk uygulamalarında elde ettiği faydalar (Birden fazla işaretleme yapılabilir)
(Table 5. Benefits having in social responsibility applications of exporting SMEs) (More answers allowed)

Kriterler	İşletme Sayısı (N=18)		Yüzde (%)
	Cevap veren	Cevap vermeyen	
Toplum/Kamu otoriteleri ile ilişkileri geliştirme	10	8	55.6
İyileştirilmiş müşteri sadakati (daha iyi imaj)	10	8	55.6
İşletme ortakları ve yatırımcılarla iyileştirilmiş ilişkiler	4	14	22.2
İşgörenlerin iyileştirilmiş iş tatmini	13	5	72.2
İyileştirilmiş ekonomik performans (maliyetleri azaltma/satışları artırma)	11	7	61.1
Diğer	2	16	11.1
Hiçbir faydanın algılanmaması	1	17	5.6
Bilmiyorum	1	17	5.6

Tablo 5, ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk uygulamalarından elde ettiği faydaların frekans dağılımını göstermektedir. Bu dağılım incelendiğinde, ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk uygulamalarından en yüksek faydayı 'işgörenlerin iş tatminlerinin iyileştirilmesi' (%72,2), 'ekonomik performansın iyileştirilmesi (maliyetleri azaltma/satışları artırma)' (%61,1), 'toplum/kamu otoriteleri ile ilişkileri geliştirme' (%55,6) ve 'müşteri sadakatini iyileştirme' (55,6) şeklinde elde ettiği görülür. Ancak çalışmaya katılan işletmeler 'işletme ortakları ve yatırımcılarla ilişkilerini iyileştirmesi' (%22,2) konusunda en düşük faydayı elde etmişlerdir.

Tablo 6. İhracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk uygulamaları ile ilgili kullandığı araçlar ya da yönetim teknikleri (Birden fazla işaretleme yapılabilir)

(Table 6. Instruments or management tools used for social responsibility applications of exporting SMEs) (More answers allowed)

Kriterler	İşletme Sayısı (N=18)		Yüzde (%)
	Cevap veren	Cevap vermeyen	
<i>1. Piyasa ile ilgili araçlar</i>			
Davranış Kuralları	13	5	72.2
Etiketler	9	9	50.0
Müşteri Sözleşmesi	11	7	61.1
CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi)	6	12	33.3
Standartlar (ISO 9000, SA8000 gibi)	13	5	72.2
İşletme Mükemmellik Modeli	8	10	44.4
Toplam Kalite Yönetimi (TKY)	11	7	61.1
Diğerleri	3	15	16.7
<i>2. İşyeri koşulları ile ilgili araçlar</i>			
Sosyal Etiket	8	10	44.4
Esnek İş Kalıpları	6	12	33.3
Karar Almaya İşgören Katılımı	7	11	38.9
İşçi Sendikası ile İlişkiler	6	12	33.3
İkincil Programlar	3	15	16.7
Dış Kaynaklı Paydaşlarla Ortaklık	4	14	22.2
İşgören Tatmin Anketleri	1	17	5.6
Diğerleri	1	17	5.6
<i>3. Toplumsal konular ile ilgili araçlar</i>			
Nakdi Bağışlar	8	10	44.4
Diğer Bağışlar	8	10	44.4
Ücretsiz Hizmetler	6	12	33.3
Şirket Kaynaklarını Kiralama	4	14	22.2
İşgörenin Toplumsal Konulara Gönüllü Katılımı	9	9	50.0
İşverenin Toplumsal Konulara Gönüllü Katılımı	3	15	16.7
Diğerleri	7	11	38.9
<i>4. Çevresel konular ile ilgili araçlar</i>			
Formel Çevresel Yönetim Sistemleri (EMAS, ISO 14000 gibi)	3	15	16.7
İnformel Çevresel Yönetim Sistemleri	4	14	22.2
Çevre Dizaynı	7	11	38.9
Avrupa Birliği Çevre Etiket (eko etiket)	3	15	16.7
Yaşam Döngüsünü Değerleme	4	14	22.2
Çevresel Ürün Beyannameleri	5	13	27.8
Kusursuz İmalat	8	10	44.4
Diğerleri	4	14	22.2

Tablo 6, ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk uygulamaları ile ilgili kullandığı araçlar ya da yönetim tekniklerin frekans dağılımını göstermektedir. Tabloda, işletmelerin kullandığı sosyal sorumluluk uygulamaları ilgili dört tür araç veya teknik görülmektedir. İşletmelerin kullandığı *piyasa ile ilgili araçların* gösterdiği dağılım incelenecek olursa; en yüksek oranların 'davranış kuralları' (%72,2), 'standartlar (ISO 9000, SA8000 gibi)' (%72,2), 'müşteri sözleşmesi' (%61,1), 'toplam kalite yönetimi' (%61,1) ve 'etiketler' (%50,0) şeklindeki araçların olduğu görülür. *İşyeri koşulları ile ilgili araçların* gösterdiği dağılıma bakılacak olunursa; 'sosyal etiket' (%44,4), 'karar almaya işgören katılımı' (%38,9), 'esnek iş kalıpları' ile 'işçi sendikası ile ilişkiler' (%33,3) şeklindeki araçların en yüksek değerlere sahip olduğu görülür. Aynı şekilde *toplumsal konularla ilgili araçların* dağılımında; 'işgörenin toplumsal konulara gönüllü olarak katılımı' (%50,0), 'nakdi bağışlar' ile 'diğer

bağışlar' (%44,4) şeklindeki araçlarda en yüksek oranlar görülmektedir. Çevresel konular ile ilgili araçların dağılımı incelenecek olursa; 'kusursuz imalat' (%44,4) ve 'çevre dizaynı' (%38,9) araçlarının yüksek oranlarda olduğu görülür.

Tablo 7. İhracatçı KOBİ'lerin son üç yılda kamu desteği ya da sosyal faaliyetlere katılım teşviki almaları
(Table 7. Receiving public support or encouragement to participate in social activities of exporting SMEs during the last three years)

Evet	Hayır	Ortalama	S.Sapma
12 (66.7)	6 (33.3)	1.3333	.48507

Tablo 7, ihracatçı KOBİ'lerin son üç yılda kamu desteği ya da sosyal faaliyetlere katılım için teşvik alma durumlarının frekans dağılımını göstermektedir. Tabloda; çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin, %66,7 gibi yüksek bir oranla son üç yılda sosyal faaliyetlere katılım için kamu desteği ya da teşviki aldığı ancak %33,3'ünün ise almadığı sonucu görülmektedir.

Tablo 8. İhracatçı KOBİ'lerin son üç yılda sosyal faaliyetlere katılım için aldıkları kamu desteği tipleri (Birden fazla işaretleme yapılabilir)

(Table 8. Types of public support received to participate in social activities of exporting SMEs during the last three years) (More answers allowed)

Kriterler	İşletme Sayısı (N=18)		Yüzde (%)
	Cevap veren	Cevap vermeyen	
Vergi indirim	10	8	55.6
Parasal teşvikler	7	11	38.9
Bilgi sağlama	2	16	11.1
Diğer	3	15	16.7
Hiçbiri	1	17	5.6
Bilmiyorum	-	18	-

Tablo 8, son üç yılda teşvik alan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal faaliyetlere katılım olarak aldıkları kamu desteği tipinin frekans dağılımını göstermektedir. Bu tabloda, işletmelerin daha çok 'vergi indirim' (%55,6) ve 'parasal teşvik' (%38,9) şeklinde sosyal faaliyetlere katılım teşviki aldıkları görülmektedir. Ancak 'bilgi sağlama' (%11,1) şeklindeki bir teşvik almalarının oldukça düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND SUGGESTIONS)

Son yıllarda sosyal sorumluluk üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde, bu çalışmalarının büyük çoğunluğunun büyük ölçekli işletmeler düzeyinde yapıldığı görülür. Araştırmacılar, girişimciler ve yöneticiler artık sosyal sorumluluğun sadece büyük ölçekli işletmelerle sınırlı olmadığını kavramışlardır. Bu anlayışın oluşmasında en önemli etken, çeşitli amaçlarla girişimcilerin küçük ve orta ölçekli işletme kurmaya özendirilmeleridir. Gittikçe sayıları artan KOBİ'ler, bir taraftan büyük ölçekli işletmelerin önemsemedikleri faaliyet alanlarında çalışırken, bir taraftan da bu işletmelerin çalışmalarını kolaylaştırmaktadırlar. Bunun da ötesinde KOBİ'ler, küreselleşmenin gelişimiyle beraber büyük ölçekli işletmelere güçlü rakipler haline gelmişlerdir. Bu oluşumlar KOBİ'ler için; sosyal sorumluluğu önemli hale getirirken, birçok baskı grubunun



bu konuda bilinçlenmesi de KOBİ'ler üzerinde sosyal sorumlulukla ilgili bağlayıcılığı olan ve olmayan standartlara uyum konusunda baskı oluşturmaktadır. Bu nedenle bu çalışmanın amacı, KOBİ'lerin yasal açıdan bağlayıcılığı olan ya da olmayan bu standartlardan, teknik ya da araçlardan ne derecede haberdar olduğunu gözler önüne serebilmektir.

Çalışma Elazığ ilinde faaliyette bulunan ihracatçı KOBİ'lerin, sosyal faaliyetlere katılım şekillerini değerlemeyi amaçlamıştır. Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası kayıtlarına göre 37 işletme yurt dışına mal satmakta olup, ancak bu işletmelerin 27'si faal olarak çalışmaktadır. Bu 27 KOBİ'nin 18'nin yöneticilerinden veriler elde edilebilmiştir (Bir kısım KOBİ'lerin çalışmaya katılmak istemediği, bir kısım KOBİ'lerin ise artık yurt dışına mal ithal etmedikleri belirlenmiştir). Bu KOBİ'lerle ilgili bilgi verici sorulara verilen cevapların frekans dağılımları Tablo 1'de verilmiştir.

Çalışmada ihracatçı KOBİ'lerin son 12 ay içerisinde edindikleri tecrübelerinin dağılımına göre; 'iş örnekleri ile ilgili yeni düşünceye sahip olma konusunda', 'sorumlu işletme uygulamaları hakkında işletme içinde yapılan tartışmalar hakkında', 'açıkladığı ilke ve değerleriyle rekabetçi bir girişimde bulunma konusunda' önemli tecrübelerine sahip oldukları görülmektedir. Bu tecrübeler içerisinde en düşük oranda, KOBİ'lerin 'bir dış paydaşın sosyal ve çevresel uygulamalarını sorgulaması ile ilgili' bir tecrübeye sahip oldukları görülmüştür. Bu sonuç dış paydaşların çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal ve çevresel faaliyetlerini izleme, inceleme ve denetleme işleminin yeterli bir düzeyde olmadığını göstermektedir (Tablo 2).

Çalışmaya katılan KOBİ'lerin 2005 yılında katkı sağladıkları faaliyetlerin gösterdiği dağılıma bakılacak olursa (Tablo 3); 'eğitim ve geliştirme' ve 'spor aktivitelerini' büyük ölçüde destekledikleri ancak 'kültürel' ve 'sağlık ve refahı artırıcı' aktiviteleri desteklemelerinin ise oldukça zayıf olduğu görülmüştür. Bu aktiviteleri destekleme nedenlerine bakılacak olunursa (Tablo 4); en yüksek oranların 'ekonomik performansı iyileştirme', 'işgörenlerin iş tatminini geliştirme', 'toplum/kamu otoriteleri ile iyi ilişkiler kurma' ve 'mevcut kamu teşviklerinden faydalanma (vergi indirimleri, parasal teşvikler ve diğer teşvikler)' nedenlerine ait olduğu görülmüştür. Bu tabloda, 'üçüncü tarafların yaptığı baskı' nın oldukça düşük bir neden oluşturduğu görülmektedir. Tablo 3 ve tablo 4 ilişkili olarak yorumlanacak olursa, işletmelerin 'eğitim ve geliştirmeyi' desteklemelerinin temel nedenlerinin 'ekonomik performansı iyileştirme' ve 'işgörenlerin iş tatminini geliştirme' olduğu görülmektedir. Ayrıca 'spor aktivitelerini destekleme' nedeninin de 'toplum/kamu otoriteleri ile ilişkiler sağlama' olduğu sonucu çıkarılabilir. İlave olarak da 'üçüncü tarafların baskı' oluşturma nedeninin düşüklüğü ise, tablo 2'de KOBİ'lerin diğer tecrübelerine göre daha düşük oranda 'bir dış paydaşın sosyal ve çevresel uygulamalarını sorgulaması ile ilgili tecrübelerinin olması sonucuyla bağlantılı olduğu söylenebilir. İhracatçı KOBİ'lerin sosyal ve çevresel uygulamalarında elde ettikleri en yüksek fayda; 'işgörenlerin iş tatmininin iyileştirilmesi' ve 'iyileştirilmiş ekonomik performans' olmaktadır (Tablo 5). Bu sonuç ise, çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal ve çevresel faaliyetlerle asıl ilgilenme nedenlerinin 'ekonomik performansı' iyileştirmek olduğu söylenebilir. Ancak çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin 'işgörenlerin iş tatminini iyileştirmek' yoluyla da, ekonomik performansa dolaylı olarak da katkı sağlamaya çalıştıkları ifade edilebilir.

KOBİ'lerin sosyal sorumluluk uygulamalarından elde ettikleri faydalar konusunda yurtdışında yapılan birçok çalışmada, farklı



sonuçlar elde edilmiş olup, faydaların daha çok sosyal konularda olduğu belirlenmiştir. 'Satışları artırmak' ta elde edilmek istenen faydalar içerisinde yer almıştır. Yukarıdaki paragrafta açıklanan sonuçlar, çalışmaya katılan işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamalarından elde ettikleri faydaların görünümünün Avrupa ve İtalyan KOBİ'lerinkine benzediğini göstermektedir.

Çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk uygulamaları ile ilgili kullandıkları araç veya yönetim tekniklerin dağılımı incelendiğinde, bu KOBİ'ler tarafından önemli görülen ve kullanılan standart, araç ya da yönetim tekniklerini görebilmek mümkündür. KOBİ'lerin piyasa ile ilgili kullandıkları araçlar veya yönetim teknikleri; 'davranış kuralları', 'standartlar (ISO 9000, SA8000 gibi)', 'müşteri sözleşmesi' ve 'TKY'dir. İşyeri koşulları ile ilgili kullandıkları araçlar veya yönetim teknikleri; 'sosyal etiket' ve 'karar almaya işgören katılımı' dır. 'Dış kaynaklı paydaşlarla ortaklık' ve 'işgören tatmin anketleri' düşük düzeyde kullanılmaktadır. Toplumsal konularla ilgili kullanılan araçlar veya yönetim teknikleri; 'işgörenin gönüllü olarak toplumsal konulara katılımının sağlanması', 'nakdi' ve 'diğer bağışlar' olmaktadır. Çevresel konularla ilgili kullandıkları araçlar veya yönetim teknikleri ise; 'kusursuz imalat' ve 'çevre dizaynı' olmaktadır. Ancak 'formal çevresel yönetim sistemleri (EMAS, ISO14000 gibi) ve 'Avrupa birliği çevre etiketi (eko etiket)' kullanımı oldukça düşük düzeydedir. Ancak çalışmaya katılan KOBİ'lerin, işyeri koşulları ve çevresel konular ile ilgili kullandıkları araçların düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Ayrıca çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin, son üç yılda sosyal faaliyetlere katılım için %66,7 oranında kamu desteği aldıkları ve en fazla alınan kamu desteği tipinin ise (%55,6) 'vergi indirimi' olduğu görülür. Özellikle devletin sosyal faaliyetlere katılımları konusunda KOBİ'leri teşvik etme politikasını, bölgesel kalkınmayı ve bölgeler arası kalkınma eşitliğini sağlama ve işsizliği önleme gibi amaçlarla verilen kamu teşvikleriyle birlikte düşünmek gerekir. Bu politikalar sonucu, son yıllarda Türkiye'de ve Dünyada KOBİ sayısındaki artış nedeniyle global ticarete önem kazanan KOBİ'ler için de, artık sosyal sorumluluk önemli bir amaç haline gelmiştir. Ancak Türkiye'deki genel ekonomik yapıda yaşanan sorunlara ilave olarak; KOBİ'lerin genel yapıları gereği finansman bulma sıkıntısı yaşamaları, sınırlı bir piyasada faaliyette bulunmaları, bölge ticaretinin zayıflığı gibi nedenler, kurulan KOBİ'lerin belirli bir müddet sonra kapanmasına da gerekçe oluşturmaktadır. Aynı zamanda KOBİ'lerin sürekliliğini riske atan önemli bir neden olarak da, sosyal yönlü amaçlara da bu işletmelerin hala önem vermeleri gerektiği bilincine varamamış olmaları gösterilebilir. Toplumun sorunları ile ilgilenmeyen bu işletmelerin, sadece ekonomik performans amacıyla rekabetin yoğunlaştığı böyle bir ekonomik yapıda, başarılı olmalarını beklemek büyük bir hayal kurmak anlamına gelecektir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- İhracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk aktivitelerinden en fazla 'eğitim ve geliştirme aktiviteleri' ile 'spor aktivitelerini' destekledikleri,
- Sosyal sorumluluk aktivitelerine katkı sağlamalarının en önemli nedeninin, ekonomik performansı (maliyetleri azaltma/satışları artırma) iyileştirme amacını içerdiği,
- Sosyal ve çevresel uygulamalarında elde ettikleri faydalar ise; en yüksek 'işgörenlerin iyileştirilmiş iş tatmini' ve 'iyileştirilmiş ekonomik performans (maliyetleri azaltma ve satışları artırma)' olduğu,



- Sosyal sorumlulukla ilgili en fazla 'piyasa ile ilgili araçlar' ile 'toplumla ilgili araçları' kullandıkları,
- Piyasa ile ilgili en fazla kullandıkları araçların; 'davranış kuralları', 'standartlar (ISO 9000, SA8000 gibi)', 'müşteri sözleşmeleri' ve 'Toplam Kalite Yönetimi' olduğu,
- Toplumla ilgili en fazla kullandıkları araçların; 'işgörenin toplumsal konulara gönüllü katılımı' ve 'nakdi bağışlar ile diğer bağışlar' olduğu,
- Çevre ile ilgili kullandıkları araçların, diğer araçlara göre çok düşük düzeyde olduğu,
- %33,3 oranında, sosyal faaliyetlere katılım teşviki aldıkları; ancak alınan en önemli teşvikin, 'vergi indirimi' olduğu,
- Sosyal faaliyetlere katılım için 'bilgi sağlama' şeklindeki teşvik almalarının, düşük düzeyde olduğu söylenebilir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

1. Tosun, K., (1990). Yönetim ve İşletme Politikası. Birinci Cilt, İstanbul
2. Eren, E., (1997). İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası. İstanbul: Der Yayınevi
3. Perrini, F., (2006). SMEs and CSR Theory: Evidence and Implications from an Italian Perspective. *Journal of Business Ethics*, 67, pp:305-316
4. Akgemci, T., (2001). KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler. Ankara: KOSGEB
5. Akdeniz, M.B., (21.11.2008). <http://sbe.dumlupinar.edu.tr/13/69-90.pdf> adresinden alınmıştır.
6. Aksoy, U.A. ve Adem, Ç., (21.11.2008). <http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c9s16/makale/c9s16m3.pdf> adresinden alınmıştır.
7. Eurochambres Position Paper (2004). *Eurochambres' Position on Corporate Social Responsibility*. pp:1-10
8. Vitell, S.j. and Joseph G.P.P., (2004). A Cross-Cultural Study of the Antecedents of the Perceived Role of Ethics and Social Responsibility. *Business Ethics: A European Review*, Vol. 13, Number 2/3, pp:185-199
9. Spence, L.J., (1999). Does Size Matter? The State of the Art in Small Business Ethics. *Business Ethics: A European Review*. Vol.8, Number 3, pp:163-174
10. Tilley, F., (2000). Small Firm Environment Ethics: How Deep Do They Go? *Business Ethics: A European Review*. Vol.9, Number 1, pp:31-41
11. İşseveroğlu, G., (2001). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Cilt.8, Sayı 2, pp:55-67
12. Halıcı, A., (2001). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stratejileri: Çanakkale İlinde Bir Araştırma. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Cilt.7, Sayı 1, pp:11-26
13. Report Produced on Behalf of DTI (10.01.2008). Engaging SMEs in Community & Social Issues. www.bitc.org.uk/resources/research adresinden alınmıştır
14. Worthington ve diğerleri (2006). Exploring Corporate Social Responsibility in the UK Asian Small Business Community. *Journal of Business Ethics*, 67, pp:201-217
15. Jenkins, H., (2006). Small Business Champions for Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*. 67, pp:241-256.



16. Nijhof, A. ve diğerleri (2002). Inclusive Innovation: A Research Project on The Inclusion of Social Responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 9, pp:83-90
17. Tekin, M., (2006). *Kalite Güvence ve Standartlar*. 1.Baskı, Konya
18. Duran, C., (2007). ISO 9000 Kalite Güvence Sisteminden Toplam Kaliteye Geçişte Kalite Ödüllerinin Kullanılması. *Kamu-İş*, Cilt:9, Sayı:1, ss:139-150
19. Yontar, İ.G., (01.08.2008), [www.fbe.emu.edu.tr/journal /doc/9-10/23.pdf](http://www.fbe.emu.edu.tr/journal/doc/9-10/23.pdf) adresinden alınmıştır.
20. Bolat, B. ve Sıtkı, G., (2003). ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi Uygulamasında Etkin Olan Faktörler. *İtüdergisi/d Mühendislik*, Cilt:2, Sayı:2, ss: 39-48
21. Topkaya, B., (01.08.2008), [www.akdeniz.edu.tr/muhfak/cevre/topkaya/homepage/ ISO14000.pdf](http://www.akdeniz.edu.tr/muhfak/cevre/topkaya/homepage/ISO14000.pdf) adresinden alınmıştır.
22. Usta, R. ve Metehan, Ç., (01.08.2008), www.qfdturkiye.org/frames/KFG17-Ramazan%20Usta.pdf adresinden alınmıştır.
23. Aktan, C.C. ve İstiklal, Y.V., (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Uluslar Arası Kuruluşlar ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler). *Çimento İşveren Dergisi*, 4-21
24. Commission of The European Communities (Brussels, 2.7.2002). COM (2002) 347 final, Communication from The Commission Concerning Corporate Social Responsibility:A Business Contribution to Sustainable Development. pp: 1-24
25. Avrupa Komisyonu Girişim Genel Direktörlüğü, Sorumlu İşletmeler-Bilinç Düzeyini Artırmaya Yönelik Anket Formu (10.01.2008). <http://www.ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation> adresinden alınmıştır.
26. SME Case Study Template (11.01.2008). http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/responsible_entrepreneurship/sme-template.pdf adresinden alınmıştır.
27. Observatory of European SMEs (2002). *European SMEs and Social and Environmental Responsibility, Report Of European Commission*. No:4, Enterprise Publications.