

## KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SOSYAL SORUMLULUK MUHASEBESİNİN ÖNEMİ

### The Importance of Corporate Social Responsibility Esponsibility and Social Responsibility Accounting in Hospitality Businesses

Merve MAZAK

Selçuk Üniversitesi

merve.mazak01@gmail.com,

Orcid ID: 0000-0001-6814-4850

#### Öz

Günümüzde konaklama işletmeleri sadece kâr amacı gütmeyen aynı zamanda gelen misafirlere ve bir ortaklıkta payı bulunan kimselere bulunduğu yaşam alanına karşı sosyal sorumluluklarının gereğini göstermektedirler. Konaklama işletmeleri; ahlaki, politik, gönüllü ve finansal açıdan olan temel görevlerin gerekliliğine uyarak, yaşadığımız toplumda sakin, yavaş ve barışçıl ortamı artırmaktadır.

Çalışmada, konuya ilişkin birden farklı görüşün bir arada toplanarak incelenmesi amaçlanmıştır. Konaklama işletmelerinin parasal mevzuatları, işletmelerin sorumluluklarının gerekliliğinin gösterilmesinde mühim olan bir fark etkenidir. Bu nedenden dolayı konaklama işletmelerin de muhasebe bölümünün, finansal bilgiyi üretmede karar almada yardımcı olmasında rolü büyüktür. Konaklama işletmelerinin finansal bilgilerinin halka doğru, güvenilir şekilde arz edilmesi, kurumsal sosyal sorumluluğun uygulanmasında önemli rol üstlenmektedir. Bu olay konaklama işletmelerinde muhasebenin önemini daha da artırmaktadır. Bu sorumluluğu yerine getirebilmesi için, muhasebe departmanında çalışan görevlilerin sosyal sorumluluğun bilincinde olmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu.

#### Abstract

Today, accommodation enterprises are not only aim for profit but also they show the necessity of their social responsibilities to guests and people who share in a partnership. Accommodation enterprises; increases calm, slow and peaceful environment in the society we live in by complying with the necessity of the basic duties of moral, political, voluntary and financial aspects.

In this study, it is aimed to collect and analyze more than one different view on the subject. The monetary regulations of the accommodation establishments are an important factor in demon strating the necessity of the responsibilities of the establishments. There fore the role of the accounting department in the accommodation enterprises has a great role in the decision making process. Providing the financial information of the accommodation enterprises to the public in a reliable and reliable

manner plays an important role in the implementation of corporate social responsibility. Financial information of the accommodation enterprises present to public in a correctly, reliable, manner plays. This case furtherin creases the importance of accounting in accommodation enterprises In order to for the accountancy to apply this responsibility in the accommodation establishments, the staff who are working in the accounting department should be aware of the social responsibility. In order to fulfill this responsibility.

**Keywords:** Social Responsibility, Institutional Social Responsibility, Accountancy of Social Responsibility.

## Giriş

İnsanların günümüz de fark etme yetisinin güçlenmesi işletmelerin sosyal çevreye yönelik duyarlılık ve sosyal sorumluluk gibi anlam yükünü önemli hale gelmiştir. Tüketiciler artık kuruluşlardan sadece iyi bir yapıya, mala ve hizmete değil, bunun yanında sosyal çevreye ahlaklı ve fark etme yetisi hususunda oldukça güçlü olmaları doğrultusunda hareket etmelerini önemsemektedir (Onay, 2003: 102). Bunlarla beraber, işletmeler toplum içerisinde meydana gelecek değişimleri algılamalı ve uyum sağlamaları, sosyal sorumluluk bilinci ile hareket etmeleri uzun vadeli çıkarlar bakımından oldukça önemlidir. Kuruluşlar, hizmetlerini yerine getirirken çevrelerinde bulunan toplumlara yönelik yükümlülükleri bulunmaktadır (Pelit, vd., 2009: 19).

Muhasebenin sosyal sorumluluğu, uygulamayı harekete geçirirken muhasebe departmanın da ki görevli kişi ve kuruluşa yönelik sorumluluk algısının açık olması, bu vazifenin muhasebe organizasyonun da muhasebe uygulamalarının harekete geçirilmesinde ve parasal mevzuata yönelik çizelgelerin oluşturulmasında ve sunulmasın da belirgin olan birey ve gruplara değil, sosyal çevrenin tamamının çıkarlarının göz ardı edilmeden ve bundan dolayı bilgi üretimin de gerçeğe uygun, tarafsız ve dürüstçe hareket edilmesinin gerekliliğini çevrelemektedir. (Yılmaz, 2015: 1014).

Çalışmamızda öncelikle kurumsal sosyal sorumluluk kavramı üzerinde bilgiler verilmiş ve daha sonra konaklama işletmelerinde muhasebe departmanın sosyal sorumluluk alanları üzerinde durulmuştur. Buradaki asıl hedefimiz ise, konuya ilişkin yeni bakış açısı ortaya koymak isteyenler için, birden farklı görüşü bir araya toplayıp, konuya daha geniş bir pencereden bakılmasına yardımcı olmaktır.

## 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

İşletmenin kendi menfaatlerinin haricinde, halkın mevcudiyetini kabul görmesi, belli başlı görevleri haricinde, halkın sosyo-psikolojik problemleri ile de ilgilenmesi, yaşamını sürdürülebilmesi için ne tür adımlar atılmasının önceden düşünülmesi gerekliliğinin önemi sorumlu davranışın aslını meydana getirmektedir (Onay, 2003: 102). Büyük işletmeler ve küçük işletmeler açısından etraf dahilindeki tüm faktörlerin birbirine yönelik sorumluluğu olarak açıklanmaktadır. İşletmelerin sosyal sorumluluğu ise hissedarlarına yönelik sorumluluk olarak açıklanabilir. Başka deyişle, kurumsal sosyal sorumluluk, bir şirketin sosyal ortamına yönelik kurumsal imajına

eşdeğer olarak kabul edilen görevlerin, sorumlulukların ve ilişkilerin tümü (Arı ve Bayram 2017: 534).

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmenin kendi vizyon ve misyonlarını ortaya koyarken, töresel kıymetlerine bağlı olarak vazgeçmemesi ve varlıklarını barındığı toplumu olumlu değişimde yönetmesidir (Çelik, 2007: 62).

Kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili tanımlar tetkik edildiğinde; kurumsal sosyal sorumluluk ifadesini, üretimden tüketime kadar bütün süreçlerde, insanlara zararlı olmayan ve gönüllü olarak insanları zorlamayan ve bu konuda siyasallar, hedefler ve eylemler uygulamak muhtemeldir. Tanımlardan da anlaşılacağı gibi, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, sadece iş ortaklarını tatmin eden faaliyetlerden daha fazlasıdır. İşçilerden, tüketicilerden, hissedarlardan, yatırımcılardan ve cemiyetlerden, işletmelerden beklenen pay sahiplerinin karını artırmaktır (Pelit, vd., 2009: 20).

Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri'nden "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı", muhasebenin organizasyonda, muhasebe tatbiklerinin yürütülmesinde ve mali tabloların düzenlenmesi ve sunulmasında, belirli bir kitle veya toplulukların değil, bütün bireylerin çıkarlarına ve buna bağlı bilgi üretiminde tarafsız, dürüst ve adil davranılması gerektiği anlamına gelir. Dolayısıyla, oluşturulan finansal raporlar yalnızca finansal bilgileri içeren gerekliliği değil, benzer anda finansal olmayan bilgileri de içermeye gereksinimini ve muhasebenin Sürdürülebilir Gelişme üzerindeki önemini vurgulama gereğini ortaya koymaktadır (Yanık ve Türker, 2012: 293).

### 1.1 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

İşletmeler sosyal sorumluluk kapsamına sahiptir. Bunlar, sosyal sorumluluk ve sınırlarıdır (Eren, 2002: 90-92). Hissedarlar iki grupta toplanabilir: "iş içi hissedarlar" ve "iş dışı paydaşlar". İş içi hissedarlar; çalışanlar, paydaşlar, üst kurul ve kurucu esas sahiplerden meydana gelir. İş dışı hissedarlar ise siyasi yöneticiler, tedarikçiler, rakipler, çevre, tüketiciler vb. kitlelerden oluşur. İşletmelerin hissedarlarına yönelik sorumlulukları aşağıdaki gibi açıklanabilir (Doğan, 2007: 15,18);

Çevreye Yönelik Sorumluluklar; İşletmelerin tabiata ve canlı varlıklara kötü sonuç göstermeyen tabiat canlısı ve geri dönüşümlü mal tüketilmesi, halkın bilinçlenmesine yardımcı olması, topluma olumlu katkı sağlayacak etkinliklerde bulunması, halkın, çevre kirliliğinin önlenmesine yardımcı olunması, sorumluluğa örnek davranışlardır. (Demir, 2013: 215).

Tüketicilere Karşı Sorumluluklar; Ürünlerin ve hizmetin fiyatı, garanti süresi, güvenliği, gibi konularda tüketiciyi haberdar etmesi, tüketiciye yönelik bir sorumluluk gerekliliğidir (Demir, 2013: 214).

İşletme Çalışanlarına Karşı Sorumlulukları; Çalışma alanının yahut şartlarının işçiye yönelik uyarlanması, iyileştirilmesi, eşit bir fiyat sisteminin genişletilip, sosyal hakların korunması lazımdır (Demir, 2013: 214).

Topluma Karşı Sorumlulukları; Toplumsal yaşama dayanak oluşturan, alternatif

sunan, kültürel-sportif-sosyal faaliyetleri desteklemek sosyal sorumluluk sınırlılıklarındadır. Diğer yönden halkın, çevrenin sürdürülebilirliği ve kendilerinin sağlıkları açısından duyarlı olabilmeleri için ihtiyaç duyulan fizibilite çalışmalarının oluşturulması sosyal sorumluluğun koşuludur(Arı ve Bayram 2017: 536).

Tedarikçilere Karşı Sorumlulukları; Tedarikçi kavramı makro düzeyde oldukça ayrıntılıdır. İş ortamına yalnızca ürün ve/veya hizmeti oluşturma ile kalmayıp çalışanların sağlık ve iş güvencesi hizmetlerinin gerekliliğini sağlayan işletmeler, kuruluşa nitelikli eleman olanağı sağlayan meslek okulları, parasal açıdan gerekli ihtiyaçların karşılanmasını sağlayan finans işletmeleri de tedarikçi alanını oluşturur. Mal ve/veya hizmetin finansal açıdan gerekli olan şartların, dürüstlük gibi işletme faaliyetlerine gereken yardımı yapacak tedarikçilere finansal yardım, sorumluluklar kapsamında yer alır (Demir, 2013: 214).

Rakiplere Karşı Sosyal Sorumlulukları; Kuruluşların, aynı pazarda yer alan başka işletmelere yönelik olumlu olmayan söylentilere yanaşmamak, pazarda tek başına yer almaya çalışan, lider olma eğilimi gösteren kuruluşlara karşı kanun açısından ve işletme olarak tek başına tedbir almak, adaletsiz rekabet alanı oluşturacak konulara yaklaşmama eğilimi göstermek, sosyal bir sorumluluk ve etik kavramı çerçevesinde önemli bir görev olarak kabul edilir. Monopolleşmeye giden, adil olmayacak şekilde rekabet eden rakip şirketlerin çevre muhasebesi çerçevesinde gerekli verileri analiz edip inceleme yapıp yapmadıkları kanunsal ve ahlaki kuralların gerekliliğinin yapıp yapılmadığı hususunda araştırma ve uygulamalar oluşturulabilir. Şayet çevre muhasebesi çerçevesi açısından, çevre raporlamasının oluşturulabilmesi için ihtiyaç olan, konstrüksiyonun oluşturulması ve raporlamanın yapılmasının ve çevre sürdürülebilirliği ile ilgili yatırımların yapılmasının harcama değerlerinin tümü, kuruluşun rakip işletmelerle yarış etmesi olanaksız hale gelir. Bu hususta da kuruluş ortaklarının/hissedarlarının özellikle tüketicilerin hem yeri geldiğinde çevre raporlamasıyla hem de diğer iletişim araçları ile bir şekilde bilgilendirilmesi lazımdır (Arı ve Bayram 2017: 536).

Hissedarlara ve Sermayedarlara Karşı Sorumlulukları; Kurumsal sosyal sorumluluk alanını oluşturan ilk husus, kuruluşların ve onun idarecilerinin paydaşlara yahut varlık sahiplerine karşı olan sorumluluklarıdır. Firmaların varlık sahiplerine karşı, yükümlülükleri arasında, gelir, gider ve maliyetlerin gerçeğe uygun bir şekilde kaydedilmesi, kazanç ve kaybın eksiksiz, adil ve hakikate uygun olarak oranlanıp incelenmesi, yeni kazançlar ve kaynak elde etme adına kazancın olağanüstü veya bazı kayıpları kapatmak ve önlemek adına olduğundan az miktarda belirtilmesi; mevduatlar, uygulamalar ve geleceğe dönük planlar bakımından varlık sahiplerine yanlış gösterilen, tam ve net olmayan, olanı göstermeyen açıklamalarda bulunulması gibi konuları kapsamaktadır (Torlak, 2001: 31-32).

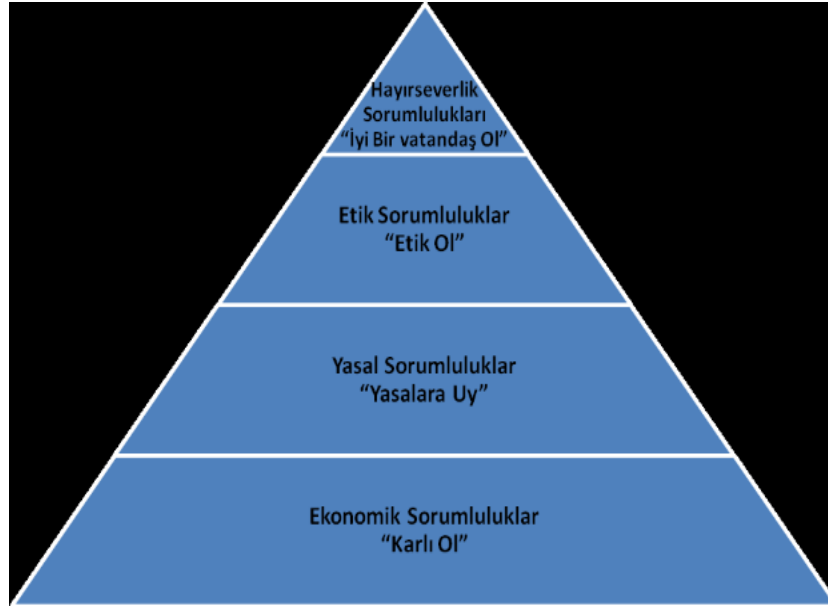
## 1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeyleri

Archie B. Carroll, Kurumsal Sosyal Sorumluluğun; ekonomik, yasal, etik, hayırseverlik olmak üzere dört boyutu olduğunu belirtmiştir (Carroll, 1991: 42). Bu sorumluluklar

aşağıdaki şekilde açıklanabilir (Demir, 2013: 216).

Carroll'un kurumsal sosyal sorumluluk modelinde ele alınan gruplar ihtiyaçlardaki gerekliliğe yönelik basamak sırası oluşturulmuştur (Demir, 2013: 216).

Şekil 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: (Carroll, 1991: 42; Demir, 2013: 216)

Kuruluşun ana gerekliliği kâr ederek ilk önce kendini koruyup daha sonra ileriye taşımaktır. Bu kapsam da firma ekonomik yükümlülüklerini bilip uygulamasıdır. Modelin ikinci basamağında kuruluşun, devletin yasama gücünce uyulması gereken uyulmadığı zaman belli yaptırımlarla karşılaşılacak kurallara olan vazifeler bulunmaktadır. Siyasi kurallar insanlar açısından onaylanan veya onaylanmayan tutum ve eylemlerin şifrelemelerini barındırır. Bu açıdan kuruluşun yasalara göre davranması ihtiyatlılığı bulunur. Piramidin üçüncü basamağında etik sorumluluklar yer almaktadır. Etik sorumluluklar, eşit ve gerçeğe uygun olanı yapmakla, sosyal hissedarlara kötü sonuçların oluşmasını engellemek veya olası kötü sonuçların minimize edilmesi ile bağlantılıdır. Modelin en üst basamağında gönüllü sorumluluklar olarak da bir edilen, insanların kuruluştan iyi bir birey olduğu sorumluluklardır. Gönüllü sorumluluklar; kuruluşların iç ve dış sosyal hissedarlarına yardımda bulunmaları ve hayat koşullarını olumlu yöne taşıma çabaları olarak anlatılmaktadır.

### 1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı bazı ana hususlar üzerine oluşturulmuştur. Kurumsal Kurumsal Sosyal sorumluluk ilkeleri adı altındaki bu hususlar, kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerine gerekli değeri gösteren şirket yöneticilerince göz önünde bulundurulmaktadır. Bu ilkeler çeşitli kaynaklarda aşağıdaki gibi adlandırılmıştır. (Argüden, 2002: 13-14):

- Toplumun çıkarlarını kendi çıkarlarının önünde tutmak
- Tarafsızlık
- Hesap verilebilirlik
- Şeffaflık
- Açıklık
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk ilkelerine uygun davranmak

**Toplumun Çıkarlarını Kendi Çıkarlarının Önünde Tutmak:** Yoğun rekabet ortamında var olan kurum ve kuruluşlar, mevcudiyetlerini devam ettirebilmek için paydaşları ile intibak halinde olmalı. Yalnızca getiri odaklı olan bir kuruluş pazarda uzun soluklu varlığını barındıramayabilir. Sosyal sorumluluklarını hedeflerinin arasına eklemeyen kuruluşlara, böyle bir misyonunun olduğu etraftan gelen aksi cevaplar ile sezinlenir. Konuya gerekli önemi göstermeyen kuruluşlar, pazardan yok olma olayı ile karşı karşıya kalabilirler. Bundan dolayı kurum idarecileri kurumsal sosyal sorumlulukların şirket için kısa vade de bir ürüne ulaşana kadar harcanan değerlerin tüm unsuru olmasına karşılık, uzun vade de kurum kârlılığını yükseltici yönde tesir edeceği hesaplanmalı ve kendi menfaatini çevrenin menfaatine göre öne çıkarmamalıdır.

**Tarafsızlık:** Kurumun ilgili ekipler arasında ayırım yapmadan kaynakların eş değer incelenmesidir. Bu esnada ilgili ekiplerin menfaatlerini koruyup kollamak ve çıkar çatışmalarının önüne geçmeyi hedeflemektedir.

**Hesap Verilebilirlik:** İdarecilerin çaba sarf ederek oluşturdukları değerler zinciri ve sonucunda ulaştıkları kesin yargının sorumluluğunu taşımaları ve gösterilen değer karşılığının gelmesi de bu misyonu üstlenmektedir. Var olan Kurumsal Sosyal Sorumluluk fikrini benimseyen işletmeler içerisindeki en üst düzey yönetiminde bulunan kişilerin önderlik etmesi için bu kavrama uygun ilgili ekiplerin açık bir şekilde tanımlanması, bu alandaki etkinliklerini sonuç odaklı olarak işleyişin sürmesi ve gerçekleşen çalışmalar ile ilgili hesap vermesi şarttır.

**Şeffaflık:** Kurumun amacı ilgili ekiplere şeffaf olmak ise; hedefler, kurumsal değerler, temel stratejiler toplumla paylaşılmalı ayrıca muhasebe standartları uygulanmalıdır. Muhasebe standartları, muhasebe uygulamalarının ve biliminin yansıması olarak, finansal bilgilerin şeffaf ve gerçeğe uygun olarak üretimine imkân sağlar.

**Açıklık:** Kendi ürünlerinin, faaliyetlerinin, hizmetlerinin, çevresel, finansal ve sosyal niteliklerini rapor haline getiren şirketlerin ilgili ekiplerin gereksinimlerinden bilgilendirilmesi doğrultusunda mümkün olan en fazla ilgili ekibin faydalanacağı bilgilere de yer vermesi gerekmektedir. Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı ve ilgili ekiplerin her kurum için daha kapsamlı olarak tanımlanmalıdır. Bu açıdan, kurumlar Kurumsal Sosyal Sorumlulukla ilgili gerekli görevlerini gerçekleştirirken, bir

yandan ticari faaliyetleri ve üretimde bir yandan da meslek örgütleri ve yörelerinde kural koyanlar ile aralarında takip ettikleri misyon ve temel kuralları tüm açıklığıyla belirtmelidirler.

**Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkelerine Uygun Davranmak:** Yukarıda belirtilen temel kurallara göre hareket eden alçak gönüllü mütevazı liderler hem sorumluluk aldıkları görevleri amacına uygun bir şekilde gerçekleştirmekte hem de yerlerine geçecek olan gelecek nesiller için iyi bir lider örneği göstermelidir.

## **2. Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu**

19. Yüzyılın sonları ve 20. Yüzyılın başlarından itibaren gelişen teknoloji ve iş yaşamında makine ve elektronik aletlerin kullanılmaya başlanması ilk zamanlar imkânsız olan bilgi ve birikimlerin sağlanmasına imkân oluşturmaktadır. Bilhassa rekabet üstünlüğünün sağlanmasının önemli olmaya başladığı bu zamanlarda kuruluşların muhasebe hususunda minimum düzeyde giderin olması, maksimum düzeyde kazanç sağlama koşulu, verilerin oluşturulması, kaydedilmesi, incelenmesi ve oluşabilecek her türlü krizin çözümü gibi konularda muhasebe bilgi sisteminin(MBS) önemini ortaya koymuştur (Kaderli ve Köroğlu, 2014: 24).

Muhasebe bilgilerinin ortaya çıkarılmasında önem arz eden muhasebenin temel kavramları, muhasebe etkinliklerinin icra edilip sürdürülmesinde ve bunların neticelendirilmesinde anlam ifade eden bilgiler süren temel hususlardan var olmaktadır. Bu anlam yüklerinin esasını oluşturan “kurumsal sosyal sorumluluk” kavramı muhasebenin işlevini yerine getirme konusundaki görevini açıklamakta ve muhasebenin sınırlılığını ve misyonunu anlatmaktadır. Muhasebenin sosyal sorumluluğu, sorumluluklarının gerekliliğini gösterirken bununla alakalı şahıslarve kuruluşlara yönelik yükümlülüğünü bilmesini, bu yükümlülüğün muhasebe organizasyonunda, muhasebe uygulamalarının yürütülmesinde ve finansal tabloların düzenlenmesi ve arz edilmesinde, belli birey ve kitlelerin değil, insanların tamamının çıkar ve kazançlarının göz önünde bulundurulması ve bundan ötürü bilgi üretiminde adil, gerçeğe uygun, tek bir tarafı desteklemeyen ve dürüst olunması ihtiyatlılığını oluşturmaktadır (Yılmaz, 2015:1014).

Muhasebe uygulamaları, kurumsal sosyal sorumluluk bilinci çerçevesinde toplumsal çevrenin amaçlarına erişmede önem arz etmektedir. İşletmelerde muhasebe uygulamaları, finansal bilginin üretilmesi, rapor edilmesi ve sonuçlandırılması toplum için önemli bir süreci oluşturmaktadır (Marşap, 1999:178).

Finansal tablolarda ortaya çıkan bilginin anlaşılır, doğru ve güvenilir olması çıkar gruplarında olumlu etki sağlarken, hileli ve eksik bilgiler içeren finansal tablolar ilgili çıkar grupları için olumsuz sonuçlanmaktadır (Köroğlu ve Ersöz, 2015:134).

-Bireylerin veya kuruluşların gerçekleştirdiği işten dolayı hesaba çekilmesi sosyal sorumluluğun bir sonucu olarak mesuliyet duygusunu ortaya çıkarmaktadır (Yılmaz,

2015:1013).

## **2.1.Muhasebenin Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Etkisi**

Muhasebenin ekonomik sorumluluklarına etkisi, Muhasebenin hukuki sorumluluklarına etkisi, Muhasebenin etik sorumluluklarına etkisi, Muhasebenin hayırseverlik sorumluluklarına etkisi olmak üzere dört açıdan incelenebilir (Doğan, 2018: 104);

### **2.1.1.Konaklama İşletmeleri Muhasebesinin İşletmenin Ekonomik Sorumluluğuna Etkisi**

Çağımızın ortaya çıkardığı bütünselleşmenin ekonomik anlamda yarattığı gelişim, muhasebenin uluslararası standartlara ulaşip nitelikli hal almasını gerekli kılmıştır. Finansal ve kurum yaşamında gelişmelere paralel olarak, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının iş dünyasında etkinliğinin arttırılabilmesinde rakamlarla ifade edilebilmesine gereksinim duyulmuştur. Bu bağlamda işletmelerin ekonomik sorumluluklarında muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluğu büyük öneme sahiptir (Demir, 2013: 218).

### **2.1.2.Konaklama İşletmeleri Muhasebesinin İşletmenin Yasal Sorumluluğuna Etkisi**

İşletmeler, gerçekleştirecekleri tüm faaliyetlerinde yasalarda belirtilen yetki ve sorumluluklara uymak mecburiyetindedirler. İlgili yasalar; ticaret, borç, vergi, sosyal sigorta, kıymetli evrak ve çevre yasalarını dahil etmektedir. İşletmenin kuruluşundan itibaren dağılma aşamalarına kadar muhasebenin hukuki yükümlülüklerini uygulayarak; yönetim bilgi sistemine katkı sağlamaktadır. Finansal muhasebe, işletmenin finansal yapısını gösteren verileri ilgililere sunarken, mevzuattan kaynaklanan konularda form, beyanname, onay, bildirim ve raporları hazırlayarak ilgili kamu birimlerine sunma görevini üstlenir (Doğan, 2018: 105).

### **2.1.3.Konaklama İşletmeleri Muhasebesinin İşletmenin Etik Sorumluluğuna Etkisi**

Muhasebe sürecinde hizmet amacı ve faktörleri açısından bakıldığında muhasebeci, defter tutanları takibini yapan, muhasebe sisteminin yanlışsız olması, tutarlı ve bilgi üretimini eş zamanlı yapan, sistemin işleyişinden sorumlu analitik ustalığa sahip bir uzmandır. İşletme ve ilgili gruplar arasında güvene dayanan iletişimin kurulması için muhasebe fonksiyonu önem arz etmektedir. Muhasebe uygulamalarında elde edilen veriler, kuruluşun maddi mevzuat şekline ayna tutmaktadır. Bu açıdan, muhasebe



uygulayıcıları taraflar arasında yüksek etik standartları sağlama ve koruma bilinci içinde olmalıdır (Demir, 2013: 218).

#### **2.1.4. Konaklama İşletmeleri Muhasebesinin İşletmenin Hayırseverlik Sorumluluğuna Etkisi**

Kuruluşların bazı eğlence ve kültürel alanlarda çıkar gözetmeksizin oluşturacakları etkinliklerin toplum açısından işletmeye itibar ve saygınlık sağlayacağı bunlara ek olarak maliyetlerde ortaya çıkacaktır. Bu durumda, fayda maliyet analizleri yapılarak çıkar gözetmeyen projeler ortaya çıkarıp işletmeye en çok faydası olacak olanlar seçilecektir.

Çevresel sürdürülebilir işletmelerin amacı, etkinlikleri sonucunda çevreye zarar verebilecek tüm unsurları en düşük seviyede tutmalarıdır. Bu amaç doğrultusunda yapılacak çevre muhasebesiyle işletmeler, maliyetleri, harcamaları, yatırımları ve bu tür çevresel verilerin, muhasebe bilgi sistemlerinde kaydetmesiyle çevreye karşı duyarlılıklarını somut olarak göstermekte ve çevreye yönelik alınan kararlarda önemlilik arz etmektedir. Kayıtlar, devletin çevreye yönelik çıkaracakları yasa, tüzük ve yönetmeliklerinde kaynağını oluşturmaktadır (Güney, 2015: 73).

Kurumsal Sosyal sorumluluk kavramı, çevresel konuların muhasebe ile ortak noktasını oluşturmaktadır. Nitekim muhasebe uygulamaları toplumun çıkarlarının gözetilmesi düşüncesiyle toplumu ilgilendiren çevre faktörünün muhasebe sistemi dışında değerlendirilmesi kurumsal sosyal sorumluluk bilincine uymayacaktır. "Örneğin; bir bilgi sistemi olarak tanımlanan muhasebenin çevresel kaynak kullanımının hesap dışı bırakılması, ortaya çıkardığı yeni verilerin doğruluğa göre oranı, adil davranışını, tutarsız olmamasını ve gerçekçi olmasını tartışılır duruma getirir.

Bilgi sistemi içerisinde derlenip sunulan mali tablo analizlerinde tüm halkın menfaatini unutmama halinde ise, tüm halkın üzerinde içeriden olmayan eksi yönde durumlarda sebep olabilen çevresel konuların da bilgi sistemi içine dahil edilmesi arz etmektedir" (Bengü ve Can, 2009: 158).

### **3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çerçevesinde Swot Analizi**

#### **3.1. Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Kurumlara Sağladığı Avantajlar Ve Neden Olabileceği Dezavantajlar**

Toplumda kuruluşların yürüttükleri, heves uyandıran, gereksinim taşıyan bir sosyal sorumluluk kampanyasının tahakkuk edilmesi topluma ve kuruluşlara her iki taraf için fayda sağlamaktadır. Sosyal sorumluluğun kuruluşlara sağladığı faydalar aşağıdaki gibidir;

-Sosyal sorumluluklarını tahakkuk eden kuruluşlar topluma üst düzey kalitede yaşam

alanı ve istihdam sağlamaktadırlar. Bundan dolayı çevre tarafından benimsenen kuruluşlar, tüketicilerin seçimlerinde tercih unsuru açısından önem arz eder.

-Kuruluşların ömrü açısından ilgili çıkar ekiplerinin beklentileri gerçekleşir ise herhangi bir sıkıntı oluşmaz. Kuruluşların gönüllü hizmetlere olan iştiraklere gerekli teşviki göstermesinde halkoyununun fikri de önem arz etmektedir. Bu nedenle ki verimlilik hedefleri yaşamın kalitesiyle karşılıklı rol üstlenmesi istenmektedir (Özgener, 2000:216).

-Sosyal sorumlulukları hedeflerinin arasına koyan kuruluşlar halktan biri izlenimini anımsatır. Böyle bir izlenim üreticiler, tüketiciler, yatırımcılar ve personeller açısından kurumu tercih etme sebebi olur. Bu sebepten kuruluşların gelecek zamandaki başarısı daha iyi bir çevre için olanak sağlar (Özgener, 2000:216).

-Sosyal sorumluluk kampanyası faaliyetleri, kuruluşların markaların tüketici nezdinde negatif izlenimlerini pozitif izlenime çevirir (Werner ve Weiss, 2003, s:13 vd.).

-Kuruluşlar insanların problemlerini gidermek için sahip oldukları kaynaklarını kullanmak, topluma güçlü maddi kaynaklara sahip olduğunu göstermektedir.

-Kuruluşlardan, üstlendikleri sosyal sorumlulukları gerçekleştirenler ahlaki açıdan sorumluluklarını ortaya koyarak kamuoyunun farklılık gösteren ihtiyaç ve hedeflerini karşılayan kuruluşların sebep olduğu sosyal problemlerin çözümünde etkin rol oynar (Özgener, 2000:216).

-Kurum faaliyetlerinde maliyet gibi gözüken birtakım değişiklikler kazanç olarak geri dönüşüm sağlayabilir. Örnek olarak sosyal sorumluluklarını arka planda bırakan bir kurumun ilerleyen zamanda problem oluşturabilir. Fakat kuruluşlar problemler doğmadan, gerekli önlemleri zamanından önce almazlar ise kuruma karşı maliyetlerin düşürülmesine ve toplumsal tepkilerin azalmasına olanak sağlar.

-Kuruluşların var oldukları pazarın dışına çıkmaları ve alıcıların bağlılıklarını sağlamasında pek çok kazanımlar sağlanır.

-Kurumun ülkeyle olan ilişkileri gelişerek kuvvetli hale gelir. Ayrıca toplumsal sorumluluk projelerinde görev alan kurum çalışanları kabiliyet ve tecrübelerini geliştirirken güven duyguları yüksek, özgün fikirli ve çözüm yoluna gitme becerisi olan insanlara dönüşürler.

-Sosyal sorumluluklarını gerçekleştiren işletmelerde çalışanların ve müşterilerin, organizasyona daha fazla güven duymaya ve değer vermeye bağlanması, ait olma ve bağlılık duygularının gelişmesini beraberinde getirmektedir. Bunun sonucunda çalışanların devir hızı düşerek, müşterilerin satın alma sıklığı artar. Dolayısıyla satışların karlılığında artış olur (Argüden, 2004:7 ve Barutçugil, 2004: 222).

-İşletmeler pazarlama tekniklerini sosyal sorumluluk projeleriyle birleştirdikleri zaman toplum bilincini iyileştirdikleri gibi aynı zamanda Aktan ve Börü'nün ifade ettiği gibi toplumsal saygınlık kazanmanın etkisiyle kurum imajının değer kazanmasını, bunun firmanın marka değerine yansımaları sağlamaktadırlar. Diğer açıdan "sosyal sorumluluk projelerinde katılımcı olmak şirket personeli üzerinde olumlu etki yaparak çalışan bağlılığını arttırmakta ve aynı zamanda nitelikli işgücünün işletmeye çekilmesinde önemli rol oynamaktadır. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluğa önem veren şirketler hem daya iyi şartlarda borçlanabilmekte hem de hisse senedi değeri

artmaktadır (Aktan ve Börü, 2006: 54-67).” Dolayısıyla işletmelerin uzun dönemdeki hedeflerinde kâr elde etmeleri hususunu doğurmaktadır.

Anlaşıldığı üzere işletmelerin sosyal sorumluluklarına ilişkin mükellefiyetlerini yerine getirmeleri işletmelere birçok avantaj sağlayabildiği gibi birtakım dezavantajları da beraberinde getirebilmektedir:

-Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde güven, devasa bir sorun haline gelebilmektedir. Çoğu zaman bir kampanyaya toplum nazarında kişiye güven duyulmasını sağlamak adına saygın bireylerin fikir lideri olarak dahil edilmesi gerekmektedir. (Yıldırım, vd.,2011, s:74)

-Bazı pazar kayıplarının sebebi, sosyal kampanyaların ürün maliyetlerine yansıtılması dolayısıyla fiyatların artmasına neden olmaktadır.

-İşletmelerin gerçekleştirdikleri sosyal çalışmalarda yeni insan kaynağına ihtiyaçları olabilmektedir.

-İşletme üst yöneticilerinin, sosyal olaylara olması gerekenden fazla duyarlı davranmaları, işletmenin varlığına temel teşkil eden işletmenin örgütsel amaçlarından uzaklaşmasına neden olabilmektedir (Bayraktaroğlu, vd., 2009, s:28).

### 3.2. İşletmelerde Sosyal Sorumluluğun Lehinde ve Aleyhindeki Görüşler

Kuruluşların sosyal sorumluluklara gereken desteğin gösterilmesi yönündeki görüşleri, aşağıdaki gibi sıralanabilir (Nalbant, 2005:196, Torlak, 2009: 48, Bayraktaroğlu, 2009: 25):

-Halkın büyük bir çoğunluğunu oluşturan kurumların, mevcudiyetlerini sürdürebilmeleri için toplumun farklılık gösteren gereksinimlerine yanıt vererek sosyal sorumluluk faaliyetlerinin tamamlanması gerekmektedir.

-Kurumlar gün geçtikçe toplum sayesinde kazandıkları maddi, manevi ve teknik gücü yeniden toplumun problemlerini çözümlmek için kullanması toplumdan aldığı kaynağı topluma fayda sağlayacak bir biçimde kullanılmalıdır. Kurumların ortaklarıyla kurdukları iyi ilişkiler içinde olması marka imajlarına katkı sağlayacaktır.

-Kurumların sosyal sorumluluklarını meydana getirmesi devletin iktisadi yaşama kapsamlı müdahaleleri engelleyecektir, aksi takdirde uzun vade de kurumların menfaatlerinin zarar görmesi muhtemeldir.

-Kurumların sosyal çevreye ve kamuya hassas davranmaları, örneğin geri dönüştürülebilir materyallerin tekrar imalatta kullanılabilmesi, uzun vade de sosyal çevreye ve şirketlere fayda sağlayacaktır.

-Kurumların toplumsal problemler gerçekleşmeden problemleri engellemesi kamuya ve kurumlara fayda sağlayacaktır. Yani, işsizlerin yaratacağı kargaşanın gerçekleşmemesi için işsizlere olanak sağlamak gibi, şirketler sermayelerini sosyal çevreye fayda için kullanılmalıdır.

-Kurumların sosyal sorumluluklarını yerine getirmesi ‘sınıflar arasındaki dengesizliğin açık olduğu, rakiplerin ve kavgaların arttığı bir sosyal çevre yerine, sınıflar arasındaki dengenin oluştuğu, aksiliklerin giderildiği toplumsal normlara ve dengeye yöneltlen bir çevrenin oluşmasını destekleyecektir’ (Eren, 2006, s:53).

Yukarıda sıralanan lehine olan fikirlere karşı kurumların sosyal sorumluluklarıyla aleyhinde olan karşıt fikirler de şu biçimde sıralamak mümkündür (Lantos, 2002: 595, Nalbant, 2005: 197, Torlak, 2009: 50).

-Milton Friedman'ın kârı en üst düzeye çıkarma anlayışıyla, kurumların faaliyetlerinin çoğaltılması ve maliyetlerin giderilmesi durumunda, kurumlar sorumluluğunu yerine getirmiş olmaktadır. Bu kurama göre kuruluşların diğer kuruluşların uygulamaları yerine kendi uygulamalarıyla alakalı olması gerekmektedir.

-Toplumsal problemler tüm sosyal çevreyi ilgilendirdiği için bunun kurumların tek başına değil yanı sıra siyasi gücün bu sorumluluğa gereken önemi göstermesi gerekmektedir. Kurumlar kazandıkları kâr ile vergisini ödeyerek iş olanağını yerine getirmiş olup bundan dolayı kamuya karşı sosyal sorumluluğunu gerçekleştirmiş olacaktır.

-Kurumlar direkt olarak sorumlu olmadıkları bir bölümde, kanuni kapsamı iyileştirmeden sosyal olaylardan sorumlu olmamalıdır.

-Kurumların kendi uygulamaları dışında bir sosyal sorumluluk bölgelerine uygulayacakları yatırımlar giderleri yükselteceği için kazancın azalmasına bunun sonucunda paydaşlar tarafından kötü karşılanmasına sebep olacaktır. Bu doğrultuda kurumlar sermayeleri akılcı kullanılmalı, önem noktası kârı yükseltmek olmalıdır.

Kuruluşlarda kurumsal sosyal sorumluluğun yanındaki fikirlerin modern yaklaşıma liderlik ettiği ve finansal ile hukuki sorumluluklarında ötesine geçtiği fakat aynı yöndeki olan fikirlerin klasik yaklaşımı kapsadığı gözlenmektedir (Torlak, 2009, 51).

## **Sonuç ve Öneriler**

Konaklama işletmeleri kurumsal sosyal sorumluluk bilinci ile hareket eden, hayat tarzını maksimum düzeyde refah seviyeye ulaştırma, işletmenin mali hedefleri arasında kar elde etmenin yanı sıra insanlara ve çevreye yarar oluşturması gibi misyonları da benimsemeleri gerekir. Ortaya konulan misyonların oluşturulmasında siyasal, iktisadi, ahlaki ve sosyal sorumluluklarının olaylar arasında aynı zamanda oluşarak, birlikte intibak sağlayarak devam ettirebilmesi mümkün kılınabilir. Konaklama işletmeleri misyonları için, sahip olması gerekli olan ortaklar sorumluluğunu, yaşamlarını sürdürebilmeleri için çevreden aldıkları desteği çevreye borcunu geri ödeme, insanlara hayatlarını daha yaşanabilir hale getirebilmek için sosyal yaşam problemlerin çaresini, sürdürülebilir bir bünye hayırsever ekipler ile ya da kişisel olarak uygulamaya geçirirken, farklı yöntem çalışmalarını, kurumsal sosyal sorumluluğu oluşturan dört faktör olan hayırsever, etik, yasal ve ekonomik kurallar altında yani etik ilkeler olarak açıklık, eşitlik, şeffaflık, hesap verilebilirlik, tarafsızlık, kapsamı içerisinde uygulamaları gerekmektedir. Son olarak, konaklama işletmelerince yapılması beklenen hayırseverlik sorumluluklarının ilkeleri yürütülerek ortaya çıkarılmasında oluşturduğu gelir ve gider konularında yarar sağlayan analizleriyle gönüllü sorumluklara karşı da olumlu değer kazandırmaktadır. Böylece, konaklama işletmelerinin bu gibi kurumsal sosyal sorumluluk adı altında tasarı çalışmalarında yer edinmesi finansal, etik ve çevre gibi faktörlerinin arasının olmasına bağlıdır. Çevresel,

sürdürülebilirlik ve şeffaflık başlıkları adı altında çevresel konular ile muhasebeyi birbirine yaklaştıran konaklama işletmeleri açısından kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kuruluş açısından önem arz etmektedir. Yapılan mali tablolarında çevrenin ve halkın menfaatleri göz önünde bulundurulması, insanlar üzerinde eksi yönde etkilere sebep olabilen çevresel konuların kurum tarafından kurumsal sosyal sorumluluk bilinci ile davranarak muhasebe bilgi sistemi içerisinde var olması önem kazanmaktadır. Pazardan ve çevreden yansıyan alguları iyi kavrayan, piyasanın arzularına kulak veren, kurumsal sosyal sorumluluklar ile ilgili plan, program, strateji, herhangi bir krize yönelik çözüm oluşturan, paydaşlara, çevreye, tüketiciye ve personel için kendilerini onların yerine koyarak onlarmış gibi birtakım sorumlulukları üstlenen konaklama işletmeleri kurumsal sosyal sorumluluğun bilincindedir. Konaklama işletmelerinin piyasada etkin bir rol alabilmeleri için yalnızca teknolojisini ileriye taşıması, kurumsal olabilmesi için gerekli yatırımlara eğilim göstermesi, paydaşlığa yönelmesi, var olan güçlerini artırmaları yeterli olmamakla birlikte bunun yanında toplumla iç içe olması gerekmektedir. Bundan dolayı gerçekleşecek kazanımları, vizyonu ve varlıklarının var olma sebebini unutan veya benimsemeyen, personelinin hakkını daima gözetken, etrafa herhangi bir zarar vermeyen, sosyolojik durumlara karşı hassas olan konaklama işletmeleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk şuuru ile varlığını devam ettiren kuruluşlar olarak öteki işletmelere göre ayırt edici özellikleridir. Kurumsal sosyal sorumluluk gayretlerinin maksatlarına ulaşabilmesi için, müşteri profili hakkında sahip olunması gereken bilginin gerek hitap ettiği kesim gerekse de "müşterinin arzusu nedir?" sorusunun yanıtını bulması gerekmektedir kuruluşun. Kuruluşlar etik unsurlar açısından hazırlayacakları sosyal sorumluluk projeleriyle kazanç sağlamanın yanı sıra, müşteriler ile sağladıkları duygusal bağ, sosyal çevreye sağladıkları kazanımlar, müşteride tercih edilme sebebi olduğu gibi müşterilerin de sosyolojik durumlara kayıtsız kalmamalarını sağlayacak ve müşteriye sorumlu bir birey olmaya itecektir. Bundan ötürü hem çevrenin hem de kuruluşun etkileşim haline girmesi ile sosyolojik sorunlar, birlikte gerçekleşecek çalışmalar ile çözüme kavuşacaktır.

### **Extended Abstract**

The strengthening of people's ability to notice today has become important for businesses such as sensitivity to the social environment and social responsibility. It is very important for businesses to perceive the changes that will occur in the society and to adapt and act with social responsibility awareness in terms of long-term interests. Organizations have obligations to the communities around them while performing their services. The social responsibility of accounting, the clear perception of responsibility towards the person and institution in charge of the accounting department while activating the application, is that this duty is not for individuals and groups, which is evident in activating accounting practices in the accounting organization and in creating and presenting charts for monetary legislation, but in the interests of the entire social environment. It surrounds the necessity of acting truthfully, impartially and honestly in the production of information without being ignored and therefore. In our study, first of all, information on the concept of corporate social responsibility was given and then the social responsibility areas of the accounting department in accommodation enterprises were emphasized. The effect of accounting on economic responsibilities, the effect of accounting on legal responsibilities, the effect of accounting on ethical responsibilities, the effect of accounting on philanthropic responsibilities, and a SWOT analysis within the framework of corporate social responsibility. With these researches, Accommodation businesses should adopt the missions of moving with the awareness of corporate social responsibility, bringing the lifestyle to the maximum level of prosperity, making profit among the financial targets of the business, as well as creating benefits for people and the environment, under the titles of environmental, sustainability and transparency. The concept of corporate social responsibility is important for the organization in terms of accommodation businesses that bring accounting issues and accounting closer together, and the organization should find the answer to the question 'what is the customer's desire?'. In addition to making profits with the social responsibility projects they will prepare in terms of ethical elements, the organizations will ensure that the emotional bond they provide with the customers, the gains they provide to the social

environment, the reason why they are preferred in the customer, will also ensure that the customers are not indifferent to sociological situations and will push the customer to be a responsible individual. For this reason, it has been concluded that sociological problems will be solved with the studies to be carried out together, with the interaction of both the environment and the organization.

## Kaynakça

- AKTAN, C. C.,Börü, D. (2006). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası Mercek Dergisi, Sayı:41
- ARGÜDEN, Yılmaz. (2004). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, ARGE Danışmanlık Yayınları, No:03, İstanbul, 2002.
- ARGÜDEN, Y. (2004). Kurumsal sosyal Sorumluluk, Kal-Der Forum, Yıl:4,Sayı:13.
- ARI, M., BAYRAM, G. (2017). Kurumsal Yönetim Açısından Sosyal Sorumluluk ve Çevre Muhasebesinin İncelenmesi. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2: 533-545
- BARUTÇUGİL, İ. (2004). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul:KariyerYayınları.
- BAYRAKTAROĞLU, G., Burcu İ., Mustafa T. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Bengü H., Can A.V. (2009). Çevre Muhasebesinin Muhasebenin Temel Kavramlarından “Sosyal Sorumluluk Kavramı” Bağlamında Temellendirilmesi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 7, Sayı 1, s.155-160.
- Carroll, A.B. (1991/7-8). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders”, Business Horizons, Vol.34: 39-48.
- ÇELİK, A. (2007). Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları, Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, Ed. Coşkun Can Aktan, İstanbul, İGİAD Yayınları: 4: 61– 84.
- DEMİR, B. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi Journal of Research in Education and Teaching Cilt:2 Sayı:3 Makale No:27 ISSN: 2146-9199, s: 213-221.
- DOĞAN, S. (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu, Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi Doğan, 04, 01: 100-107.
- EREN, E. (2002). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul: Beta Yayınları.
- EREN, E. (2006). Stratejik Yönetim. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Güney, C. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları Açısından Çevre Muhasebesi. Turan-Sam Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi, Issn: 1308-8041, E-Issn: 1309-4033; Cilt: 7/Kış, Sayı: 25, 67-79.
- KADERLİ, Y., KÖROĞLU, Ç. (2014). İşletmelerde Muhasebe Bilgi Sistemi ile Kurumsal Yönetim Anlayışı Arasındaki İlişki, Muhasebe ve Finansman Dergisi Temmuz, s. 21-38

- Köroğlu, Ç., Ersöz, H. Ö. (2015). Muhasebe Meslek Mensuplarının Bakış Açılarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Muhasebe İlişkisi. *Journal Of Accounting, Finance And Auditing Studies*, Year: 15, Volume: 1, Issue: 3, 123-153.
- LANTOS, G. P. (2001). TheBoundaries of Strategic CorporateSocialResponsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18, (7).
- MARŞAP, B. (1999). Kamu Çıkarlarının Korunmasında Muhasebecinin Mesleki Sorumluluğu ve Bu Sorumluluğun Yerine Getirilmesinde Sınırlayıcı Faktörler, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, Cilt:1, S.1, s.178.
- NALBANT, Z. E. (2005). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı. *Celal BayarÜniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*.12, (1).
- ONAY, A. (2003). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, *Kurgu Dergisi* s: 20, 101-109.
- PELİT, E., KELEŞ, Y., ÇAKIR, M., (2009), Otel işletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Yönetim ve Ekonomi Cilt:16 Sayı:2 Celal Bayar Üniversitesi İ.B.F. Manisa*
- RONDINELLI, Dennis A., BERY, Michael A. (2000). "EnvironmentalCitizenship in Multi-nationalCorporations: SoialResponsibilityandSustainableDevelopment", *European Management Journal*, Vol.18, No.1, 2000.
- SMITH, Fraser. (1997). "A Synthetic Framework and a HeuristicforIntegratingMultiple Perspectives on Sustainability", *EnvironmentalSustainabilityPractical Global Implica-tions*, EdFraserSmithStLuicePress, 1997.
- TORLAK, Ö. (2001). Pazarlama Ahlakı, İstanbul: Beta Yayınları.
- TORLAK, Ömer. (2009). Pazarlama Ahlakı Sosyal Sorumluluklar EksenindePazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi. İstanbul:BetaYayıncılık.
- YANIK, S., TÜRKER, İ., (2012). Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Raporlamasındaki Gelişmeler (Tümleşik Raporlama), *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi* No:47. ss. 291-308.
- YILDIRIM, Ö.,(2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tüketici Tutum ve Davranışları Üzerine Etkisi Türkiye İş Bankası Örneği.Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, SBE.
- YILMAZ, F.Ö. (2015). Kurumsal Yönetim ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu Açısından Muhasebe Bilgi Sisteminin İşletmelerdeki Rolü, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 8 Sayı: 39 Volume: 8 Issue: 39,
- WERNER, K. ve Weiss, H. (2003). Markaların Kara Kitabı. İstanbul:MediaCat.