



Doç. Dr.
Mikail Erol



Yrd. Doç. Dr.
İsmail Elagöz



Öğr. Gör.
Ahmet Şahbaz

Sosyal Sorumluluk Anlayışının İşletmelerde Algılanma Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma

Doç. Dr. Mikail EROL
Yrd. Doç. Dr. İsmail ELAGÖZ
Öğr. Gör. Ahmet ŞAHBAZ
Çanakkale Onsekiz Mart Üniv., Biga İİBF.

Özet

Bugün iş dünyasında faaliyetlerini yürüten herhangi bir işletmenin yöneticileri eskiye göre daha fazla sosyal sorumluluk içinde davranmak zorundadırlar. Bugünün çağdaş işletme yöneticilerinin sık sık karşılaştıkları ve çözmek zorunda oldukları problemlerin başında sosyal sorumlulukla ilgili konular gelmektedir.

Bu çalışma sosyal sorumluluk anlayışının işletmelerde algılanma düzeylerinin belirlenmesi üzerinde yapılmıştır. İş dünyasında faaliyetlerini yürüten işletmeler tarafından bu kavramın nasıl algılandığını belirlemek için anket çalışması yapılmış ve sonuçlar frekans analizi ile değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Sosyal sorumluluk, sosyal muhasebe, etik, bir araştırma.

JEL Sınıflaması: C100, M100, M140.

Abstract (A Research to Determine Perception Levels of Social Responsibility in Enterprises)

Today managers of companies in business world have to behave in a more social responsibility manner compared to past. Issues related to social responsibility are one of the major issues that today contemporary business managers frequently face and have to deal with.

This study aims to identify perception levels of social responsibility in the companies. A survey has been prepared in order to understand how companies refer to social responsibility concept. Results have been evaluated by frequency analysis.

Key Words: Social responsibility, social accounting, ethics, a research.

JEL Classification: C100, M100, M140.

1. Giriş

Günümüz iş dünyasında faaliyetlerini yürüten işletmeler çıkar gruplarıyla devamlı bir ilişki içerisinde olmak ve bu

grupların beklentilerine göre faaliyetlerine yön vermek zorundadırlar.

Toplumda artan sosyal sorumluluk anlayışına bağlı olarak işletmelerin faaliyet

alanlarında ortaya çıkan değişiklikler muhasebe alanında da bazı yeniliklerin yapılmasına neden olmuştur. Bu alanda yapılan yeniliklerden birisi de işletmelerin sosyal sorumluluk alanlarını genişleten ve toplumsal sorunlara olan sosyal muhasebe anlayışıdır.

Çalışmamız giriş bölümü dışında dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmaya giriş yapılmıştır.

İkinci bölümde, genel olarak sorumluluk kavramı ve işletmelerde sosyal sorumluluk kavramı ve işletmelerde sosyal sorumluluk alanları işlenmiştir. Üçüncü bölümde, sosyal muhasebe kavramı açıklanmıştır. Dördüncü bölümde, muhasebe de sosyal sorumluluk kavramı ve etik konuları ele alınmıştır. Beşinci bölümde ise çalışmaya yönelik bir anket çalışması yapılmıştır.

2. Sosyal Sorumluluk İle İlgili Kavramsal Çerçeve

Sosyal sorumluluk ile ilgili kavramsal çerçeve çizilirken genel olarak sosyal sorumluluk kavramı açıklandıktan sonra işletmelerde sosyal sorumluluk alanları açıklanmıştır.

2.1.Genel Olarak Sorumluluk Kavramı

Sorumluluk, toplumlar, işletmeler ve hatta bireyler arasında farklılık göstermesine rağmen genel anlamda topluma karşı yüklenilen sorumluluktan dolayı gerektiğinde hesap verme duygusu olarak değerlendirilebilir. (GÜNEŞ ve OTLU, 2003: 108)

Sorumluluk, Bireyin uyum sağlaması, üzerine düşen görevleri yerine getirmesi ve kendine ait bir olayın başkaları üzerindeki etkilerinin sonuçlarını üstlenmesi, başkalarının saygı göstermesi ve kendi davranışının sonuçlarına sahip çıkabilmesidir.

(<http://www.forummavi.com/sorumluluk-nedir-t5056.0.html>)

Sosyal sorumluluk, işletmelerin ekonomik hukuki ve ahlaki sorumlulukları, temelde işletmede taraflar için getirilen bilgilerin doğru ve güvenilir olması gerektiğine yöneliktir. İşletmelerin topluma karşı olan sorumluluklarını yerine getirebilmenin yegane unsuru doğru ve güvenilir bilgiye dayalı olarak verilen kararlarla ortaya çıkan yönetim şeklidir. (GÜNEŞ ve OTLU, 2003, 110) Sosyal sorumluluk, işletmelerin yalnızca karı değil aynı zamanda toplumdaki diğer bireylere karşı da sorumluluk bilinciyle faaliyette bulunmalarıdır. (ÇAĞLAR, 1996, 90-91)

İşletmelerin yerine getirmesi gereken dört temel sorumluluk bulunmaktadır. (ÖZKOL ve diğerleri, 2005:136)

Ekonomik Sorumluluk: Karlı olmak, kaynakları etkin bir şekilde kullanmak ve işletme fonksiyonlarına ilişkin stratejik karar almak. Her işletme hissedarlarının yatırımının karşılığında gelir üretmek amacıyla kurulur. Günümüzde gittikçe karmaşıklaşan müşteri ihtiyaçlarını anlamak ve buna uygun hareket etmek, satışların sürdürülmesine ve artırılmasının temel şartı haline gelmektedir. Kısaca ekonomik sorumluluk; iyi, kaliteli bir ürünün uygun bir fiyata mal ederek müşterileri tatmin ederek ve bunun sonucunda işletme hissedarlarına kazanç sağlamaktır. (MARANGOZ, 2008:59)

Hukuki Sorumluluk: Yasal kurumlar tarafından belirlenen kanun ve düzenlemelere uygun davranmak. İşletmeler ekonomik faaliyetlerini sürdürürken belli yasal ve denetim kurallarını da göz ardı edemeyeceklerini vurgulamıştır. Toplum ve işletme, yasal çerçeve de bir anlaşmaya girerek işletmelerin ekonomik amaçlarını takip edebileceği konusunda anlaşmıştır. Sosyal sorumluluk piramidinde ekonomik

sorumluluklardan sonra yasal sorumlulukların gelmesi bir yandan tarihsel sürecin gelişimine işaret ederken, diğer yandan da ekonomik sorumlulukları ile yasal sorumlulukların birbirine ne kadar bağlı olduğuna işaret etmektedir. (AY;2003:38-39)

Ahlaki Sorumluluk: Kanunların ötesinde toplumsal norm ve beklentilere uyumlu davranmak. Yasalarda belirtilmemiş fakat toplumda benimsenmiş olan, yazılı olmayan kuralları ve toplum değerlerini kapsar. İşletmelerin yasal sorumluluk olmamakla birlikte, ahlaki gereklilik olarak kendilerini uymak sorumluluğunda hissettikleri alanlardır. (MARANGOZ, 2008:60)

Gönüllü (Sosyal) Sorumluluk: Toplumun refah düzeyini ve yaşam standardını yükseltici faaliyetlere gönüllü olarak katılımda bulunmak. Bir şirketin sosyal sorumluluk aşamalarındaki en son noktadır. Bir şirket ilk üç sorumluluğunu yerine getirmesi halinde toplumda iyi bir şirket imajı bırakabilir. Bu imajı bir üst seviyeye çıkarmanın ve en beğenilen şirketler arasında yer almanın yolu, gönüllü faaliyetlerden geçmektedir. Bu tip faaliyetler arasında gönüllülük esas olmak kaydıyla, eğitime, kültür ve spora verilen maddi destekler yer almaktadır. (MARANGOZ, 2008:61)

2.2. İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Alanları

İşletmelerin ilişkili oldukları birçok sosyal sorumluluk alanları vardır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir. (EREN, 2000: 102-108)

► İşletme yöneticilerinin sahip ve ortakları ile hissedarlarına karşı yükümlülükler,

► Yakın çevreye istihdam fırsatları temini ve işe alırken ayırım yapılmaması,

► Tüketicilerin korunması,

► İş ahlakına sahip olma haksız ve aşırı şekilde kar yapmaktan kaçınma rakipleri kötüleme ve küçük düşürücü reklamlardan kaçınma,

► Çevre kirliliğinin önlenmesi ve çevrenin yaşanabilecek ortam olarak korunması,

► Bireylere karşı duyulması gereken zorunlu olmayan sorumluluklar.

Sosyal sorumluluklar işletme içi ve işletme dışı şeklinde de ikiye ayrılabilir. (ŞENER, 1996:15-48)

İşletme içi sosyal sorumluluklar: İşletmenin personeline önem vermesi personelin işe adaptasyonu çalışma ortamının iyileştirilmesi bireylerin kişisel eğilim ve kariyerine odaklanma ve işletmelerde iletişimi artırma ve yönetime katılma fırsatlarının sağlama şeklinde açıklanabilir.

İşletme dışı sorumluluklar: İşletmelerin iş ahlakına uyması ürünün güvenliği bakımından ürünün tüketiciye tanıtılması tüketicileri bilgilendirme sorumlulukları fiyat tesbiti bakımından sorumluluk ve çevresel kaynakların kullanılmasında gelecek nesillerin ve doğanın göz önünde bulundurulması şeklinde açıklanabilir.

3. Sosyal Muhasebe Kavramı

Sosyal Muhasebe; herhangi bir işletmenin ve onun faaliyetlerinin toplum üzerindeki etkilerine ilişkin bilgilerin ölçülmesi ve işletme içine ve dışına dönük olarak raporlanmasıdır. (ROSER, 1979:11-13) Sosyal Muhasebe, işletmenin sosyal amaçlarına ne ölçüde ulaştığını ölçmeye yarayan bir araçtır. (SÖZBİLİR, 1981:12) Sosyal Muhasebe; herhangi bir kuruluşun toplum üzerindeki veya toplumun herhangi bir kuruluş üzerindeki ekonomik ve sosyal etkilerin tanımlanması, ölçülmesi, gözlenmesi ve raporlanması konusunda bir girişimdir. (SÖZBİLİR,1981:12) Kısaca sosyal muhasebe, işletme faaliyetleri-

nin ekonomik ve sosyal sonuçlarının ölçülmesi, raporlanması ve raporların ilgili kesimlere sunulmasıdır. (SÜR MEN ve AYGÖREN, 2005:36) Sosyal Muhasebe kuramının amacı ise; işletmelerin eylemlerinden olumlu ya da olumsuz yönde etkilenen bireylere ve gruplara tüm parasal ve parasal olmayan bilgilerin sunulmasıdır. (SÖZBİLİR,1981:12)

İşletme yöneticileri işletmelerin sosyal sorumluluklarının tanınmasında önder olma durumundadır. Sosyal muhasebe sisteminin herhangi bir işletmede etkin bir biçimde kurulup işletilmesi orta basamak yöneticilerinin bu konuda iyi güdülenmesine bağlıdır. (SÖZBİLİR, 1981:14) İşletmelerde ticari bütçelere paralel olarak sosyal amaçlı bütçelerin yapılması ve bunların birlikte kullanılır halde bulundurulması üst basamak yöneticilerinin görevleri arasındadır. (LOWES ve SPARKES, 1973:500-501)

Muhasebeciler ve muhasebe mesleği, bugün elinde bulundurduğu geleneksel bilgi araçlarını daha da geliştirmek suretiyle sosyal işletmelere karşılık verebilirler. İşletme içindeki muhasebeci şu fonksiyonları yerine getirebilir. (CONSUN ve diğerleri, 1974:12-14)

► İşletme üzerindeki sosyal baskıları dikkate alan kararların planlanmasında ve formüle edilmesinde işletmeye yardımcı olabilir.

► İşletmece yapılan sosyal harcamaların daha verimli olmasında işletmeye yardımcı eder.

► İşletmenin sosyal başarı konusunda işletme ile ilgili taraflara bilgi sunar.

► Yatırımcılara, ellerindeki fonlarını yatırırken yapacakları seçimde sosyal sorumluluğun da dikkate almak istediklerinde uygun yolları gösterir.

Günümüzde işletme faaliyetlerinden etkilenen kesimlerin işletmeler üzerinde önemli bir baskı unsuru oldukları görülmektedir. Oluşan bu baskı neticesinde işletmeler örgüt yapılarında ve iş yapma yöntemlerinde bazı değişikliklere giderek faaliyetleri ile ilgili çıkar gruplarının ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışmaktadırlar.

Bu nedenle geleneksel muhasebe anlayışı benimsenmiştir. İşletmeler toplumsal sorunlara olan duyarlılıklarını ilgili çıkar gruplarına doğru yansıtılabilmek için sosyal muhasebe anlayışının sonucu olan bir raporlama modelini benimsemişlerdir. (SÜR MEN ve AYGÖREN, 2005:36) Sosyal Raporlama, organizasyonların ekonomik ve ekonomik olmayan faaliyetlerinin sosyal ve çevresel etkilerinin ilgili çıkar grupları ve toplum için açıklanması süreci olarak açıklanmaktadır. (GRAY ve diğerleri, 1996:4-5) Sosyal raporlama, en basit ifadeyle işletmelerin sosyal ve çevresel sonuçlarını bir rapor aracılığıyla sosyal paydaşlarına sunmaktır. (SMITH, 2003:1)

İşletmelerde hazırlanacak sosyal raporların içerecekleri bilgiler hususunda üçü yeni dördü eski olmak üzere toplam yedi yaklaşım bulunmaktadır. Yaklaşımlardan eski olanlar, Envanter yaklaşımı, Maliyet ve Harcama Yaklaşımı, Program yönetimi Yaklaşımı ve Fayda Maliyet Yaklaşımıdır. Yeni yaklaşımlar ise, İnsan kaynağını değerlendirme yaklaşımı. Sosyal göstergeler yaklaşımı ve Süreç Denetimi Yaklaşımıdır. (SÜR MEN ve AYGÖREN, 2005:37)

Meslek ahlakının temelinde yatan düşünce, meslek sahiplerinin kendilerine ihtiyaç duyanlara hizmet ederek kamu yararına çalışmasıdır. Kısaca elde edilen maaş, gelir gibi kişisel faydalar ikinci planda kalmaktadır. (USLU, 2001:10)

4. Muhasebede Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Etik

Sosyal sorumluluk, tüm bireylerin ve yönetimlerin içinde yaşadıkları toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek için kendi çalışanları ve onların aileleri yerel halk ve bütün toplumla birlikte sürdürebilir bir dünya için ekonomik, çevresel, kültürel ve sosyal gelişmeye destek sorumluluğudur. (http://www.turkeyif.com/sosyal_sorumluluk_nedir-t44730.0.htm.) Muhasebe sistemi uygulama genel tebliğine göre muhasebenin sosyal sorumluluk kavramı muhasebenin işlevini yerine getirme konusundaki sorumluluğunu belirtmekte ve muhasebenin kapsamını anlamını, yerini ve amacını gösterme kriteridir. Sosyal sorumluluk kavramı, muhasebenin organizasyonunda, muhasebe uygulamalarının yerine getirilmesinde ve mali tabloların düzenlenmesi ve sunulmasında belli kişi ve grupların değil, tüm toplumun çıkarlarının gözetilmesi ve bilgi üretiminde uygun, tarafsız ve dürüst davranılması gerektiğini ifade eder. (ÖZKOL ve diğerleri, 2005:140) Muhasebenin sosyal sorumluluğu muhasebe sürecinin sadece belirli bir noktaya sınırlı olmayıp muhasebe organizasyonunun kurulmasında, ve sunumunda, muhasebe sürecinin tüm aşamalarında kendini göstermektedir. (OTLU, 2002, 154)

Ahlak, genel olarak birey veya grubun doğru veya yanlış davranışlarını yöneten değerler olarak tanımlanır. Bir diğer tanımla ahlak, yasal gerekleri aşan ölçüde kendini kontrol edebilme gücüne sahip olan ideal bir insan özelliğidir. (GÜNEŞ ve OTLU, 2003:112) İnsanların toplum içindeki davranışlarını olumlu ya da olumsuz biçimde yargılanmakta kullanılan ölçütler bütünüdür. (AKINCI, 2001, 659) Ahlak bir sosyal bilim dalı olarak toplum içinde oluşmuş örf ve adetlerin, diğer yargıları-

nın, normların ve kuralların oluşturduğu sistem bütününe bir bireyin bir grubun ya da tüm toplumun doğru ve yanlış davranışlarını belirler ve yönlendirir. (ATEŞ ve ERDOST, 2001:703) Ahlak, içinde yaşadığımız topluma göre değişir ve genelde çoğunluk tarafından herhangi bir gerekçe gösterilmeden doğru kabul edilen değerlerin ve düşüncelerin toplamıdır. (<http://www.turkforum.net/showthread.phd?t=178621>)

Ahlak, moral ilkeler sistemi açısından mensuplar, müşteriler, toplum ve diğer meslek mensupları açısından uyulması gereken kuralların yerine getirilmesini içermektedir. Meslek mensubu açısından ahlak, meslek mensubunun bağımsızlığının kendini kontrolün ve moral dürüstlüğü'nün simgesi olarak belirtilmektedir. Bir mesleğin yazılı olarak kuralları ya ihtiyari veya istisari olarak ortaya çıkar. Diğer bir ifade ile ahlak kuralları ya belli bir deneyimden sonra kurallar olarak kendiliğinden ortaya çıkar veya meslek mensupları ahlaki değerleri tartışarak neyin problem olabileceğinin ortaya koyarlar. Bu kuralların toplamı da o topluluğun ya da meslek grubunun iş kültürünü oluşturur. (GÜNEŞ ve OTLU, 2003:112)

5. Sosyal Sorumluluk Anlayışının İşletmelerde Algılanma Düzeyinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma

5.1. Araştırmanın Amacı

Yapılan araştırmanın amacı Çanakkale ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren işletmelerde sosyal sorumluluk anlayışının algılanma düzeylerinin ortaya konulması amacıyla yapılmıştır.

5.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma Kapsamına Çanakkale ili ve ilçelerinde faaliyetlerini yürüten KOBİ türündeki işletmeler esas alınmıştır.

5.3.Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda araştırma verileri yüz yüze uygulanan anket yöntemiyle elde edilmiştir. Elde edilen bulgular frekans analizine tabi tutularak değerlendirilmiştir.

5.4.Bulgular ve Değerlendirme

Anketi cevaplayan işletme sayısı 225'tir. Ankete verilen cevaplar frekans analizi yoluyla değerlendirilmiştir. Ankete verilen cevapların frekans analizi sonuçları aşağıda ayrı ayrı açıklanmıştır.

Tablo-1: İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışı Hakkındaki Görüşleri

Görüşler	Katılım		Evet		Hayır		Boş		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
G1	191	84,9	34	15,1	0	0	225	100		
G2	193	85,8	31	13,8	1	0,4	225	100		
G3	178	79,1	47	20,9	0	0	225	100		
G4	157	69,8	63	28	5	2,2	225	100		
G5	209	92,9	16	7,1	0	0	225	100		
G6	121	53,8	103	45,8	1	0,4	225	100		
G7	185	82,2	40	17,8	0	0	225	100		
G8	163	72,5	61	27,1	1	0,4	225	100		
G9	167	74,2	58	25,8	0	0	225	100		
G10	209	92,9	12	5,3	4	1,8	225	100		
G11	191	84,9	34	15,1	0	0	225	100		
G12	126	56	99	44	0	0	225	100		
G13	224	99,6	1	0,4	0	0	225	100		
G14	224	99,6	1	0,4	0	0	225	100		
G15	207	92	18	8	0	0	225	100		
G16	223	99,1	2	0,9	0	0	225	100		
G17	184	81,8	41	18,2	0	0	225	100		

İşletmelerin sosyal sorumluluk ile ilgili sorulan görüşlere katılımlarına bakıldığında (Tablo-1), "İşletmeye getirilen yasal düzenlemeler sosyal sorumluluk anlayışını etkilemektedir" görüşüne (G1), işletmelerin % 85'inin katıldığı, % 15'inin ise katılmadığı görülmektedir.

"İşletmemiz müşterilerinin eleştirileri sosyal sorumluluk anlayışını etkilemektedir" görüşüne (G2), işletmelerin yaklaşık % 86'sının evet dediği, % 14'ünün hayır cevabı verdiği ve 1 işletmenin ise görüş bildirmedeği görülmektedir.

3. görüş olarak sorulan "İşletme yöneticilerinin görüşleri sosyal sorumluluk anlayışını etkilemektedir" görüşüne (G3), işletmelerin % 79'u olumlu baktıklarını, %

21'i ise olumsuz baktıklarını belirtmişlerdir.

"Diğer işletmelerin yönlendirmeleri sosyal sorumluluk anlayışında etkili olmaktadır" görüşü ile ilgili (G4), anketi cevaplayan işletmelerin 157'si (% 69,8) evet seçeneğini, 63'ü (% 28) hayır seçeneğini işaretlerken; 5 işletme bu görüş ile ilgili tercih belirtmemiştir.

"İş tatminini artırmak için işletmemiz özel ilgi göstermektedir" görüşüne (G5), işletmelerin katılım düzeyi % 93 oranında olumlu; % 7 oranında ise olumsuz olarak gerçekleşmiştir.

"İşletmemize bayan iş görenlerin alınması daha kolaydır" görüşüne (G6), işletmelerin % 45,8'i katılmadıklarını belirt-

mişlerdir. Bu oran, işletmelere sorulan sosyal sorumlulukla ilgili tüm görüşlere verilen olumsuz cevaplar arasında en yüksek orandır. İşletmelerin % 53,8'i bu görüşe evet derken, 1 işletme ise görüş bildirmemiştir.

"İşletmemiz eğitim, sağlık ve kültürel örgütlere yardım yapmaktadır" görüşüne (G7), işletmelerin % 82,2'si katıldıklarını belirtmişken; % 17,8'i katılmadıklarını belirtmişlerdir.

"İşletmemiz iş görenlerine kültürel faaliyetlere katılmaları teşvik etmektedir" görüşünün (G8) cevaplarına bakıldığında, 163 (% 72,5) işletmenin kültürel faaliyetlere katılımı teşvik ettiğini; 61 (% 27,1) işletmenin ise teşvik etmediğini söylediği görülmektedir. Bu konuda 1 işletme ise görüş bildirmemiştir.

"İşletmemiz hava ve su kirlenmelerine karşı önlemler almaktadır" görüşü (G9) için katılımcıların % 74,2'si bu konuda önlem aldıklarını; % 25,8'i de herhangi bir önlem almadıklarını belirtmişlerdir.

"İşletmemiz çevrenin doğal faaliyetlerine önem vermektedir" görüşüne (G10) katılım derecelerine bakıldığında, işletmeler % 93 oranında bu görüşe katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu görüşe katılmayanların oranı ise yaklaşık % 5'tir. Bu konuda görüş bildirmeyen işletme sayısı da 4'tür.

"İşletmemiz enerji tasarrufu sağlamaktadır" görüşüne (G11), en fazla katılımın 191 işletme ile evet seçeneğinde olduğu görülmektedir. Bu görüş ile ilgili hayır seçeneğini işaretleyen işletme sayısı ise 34 olarak gerçekleşmiştir.

"İşletmemiz bazı atıkları yeniden değerlendirmektedir" görüşü (G12), işletmelerin % 56'sı tarafından benimsenirken; % 44'ü tarafından benimsenmemiştir. Bu görüş, görüşler arasında olumsuz cevap verilen en yüksek 2. görüş olmuştur.

"İşletmemiz satmış/üretmiş olduğumuz malın kalitesine önem vermektedir" görüşüne (G13), işletmelerin 224'ü katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu görüşe katılmayan işletme sayısı ise sadece 1 olmuştur. Bu görüş en yüksek olumlu cevap verilen 2 görüşten biridir.

"İşletmemiz fiyatlandırmada dürüst davranmaktadır" görüşü (G14), yine bir önceki görüşte olduğu gibi en yüksek olumlu cevap verilen 2. görüştür. İşletmelerin % 99,6'sı fiyatlandırmada dürüst davrandıklarını belirtmişlerdir.

"İşletmemiz alıcıdan gelen tepkilere anında cevap vermektedir" görüşüne (G15) verilen cevaplara bakıldığında, işletmelerin % 92'si alıcıdan gelen tepkilere anında cevap verdiklerini; % 8'i ise veremediklerini belirtmişlerdir.

"İşletmemizde tüketici memnuniyeti önemlidir" görüşü (G16) sorulduğunda, yine işletmelerin tamamına yakını (223 işletme) bu görüşe olumlu cevap vermiş; sadece 2 işletme olumsuz görüş bildirmiştir.

"İşletmemizde sürekli sosyal denetim yapılmaktadır" görüşüne (G17) katılım düzeyine bakıldığında, işletmelerin yaklaşık % 82'si sürekli sosyal denetim yapıldığı; % 18'i ise sürekli sosyal denetim yapılmadığı yönünde görüş bildirmişlerdir.

Araştırmanın genel değerlendirmesi yapıldığında; araştırmaya katılan işletmeler tarafından sosyal sorumluluk anlayışının benimsendiği gözlemlenmiştir. Ayrıca ankete verilen cevaplardan sosyal sorumluluk anlayışının işletmelere yerleştiği de anlaşılmaktadır

Ancak işletmelere bayan işgörenlerin alınmasında ve atıkların yeniden değerlendirilmesine ise biraz daha önem vermesi gerektiği söylenebilir.

6. Sonuç

Sosyal sorumluluk fiillerine organizasyon içinde yer vermeyi düşünen bir işletmenin her şeyden önce sosyal muhasebe süreci için ekonomik ve sosyal amaçlarını belirlemesi gerekir. Amaçlar belirlendikten sonra işletmenin yaptığı sosyal içerikli faaliyetlerin dökümü işletmenin katkılarından ortaya çıkan yararların incelenmesi, sosyal muhasebe bilgi sisteminin geliştirilmesi ekonomik ve sosyal raporların düzenlenmesi ve sosyal sorumluluk programlarında amaçların yeniden belirlenmesi gibi fonksiyonlar yerine getirilir. Geliştirilen sosyal muhasebe anlayışı ile işletmelerin faaliyet ve politikalarında meydana gelen değişikliklerin ilgili çıkar gruplarına yansıtılmasında ayrıca önem arz etmektedir. Bundan dolayı işletmeler sosyal faaliyetlerinin sonuçlarının topluma yönelik raporlanması konusunda odaklanarak soysa raporlama yaklaşımı geliştirilmiştir. Bunardan en son geliştirilenler insan kaynağını değerlendirme yaklaşımı sosyal göstergeler yaklaşımı ve süreç denetimi yaklaşımıdır.

Sonuç olarak işletme ister kar amaçlı isterse kar amaçsız olsun sosyal muhasebenin çağdaş işletme yönetiminde bir ihtiyaç olarak düşünülmesi ve uygulanması gerekmektedir.

Kaynakça

AKINCI, Ayşehan: Mersinde Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Boy Ölçekli İşletme Sahip ve Yöneticilerinin İş Ahlakı ile ilgili Görüşleri, 9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Bildiriler Kitabı, İstanbul, 2001.

ATEŞ, Özgür, ERDOST, Hayat Ebru: Kohlberg'in Ahlak Devrelerinde Neredeyiz? 9. Ulusal ve Yönetim ve Organizasyon Kongresi, İstanbul, 2001.

AY, Ü: İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk, Nobel Yayınları, İstanbul, 2003.

CONSUN, John S; S TEINER, George A; MEGHAN, Robert M: Measuring Businesses Social Performance The Corporate Social Committe for Economic Development New York.1974

ÇAĞLAR, İrfan: İşletmelerde Çevre Yönetimi ve Çevre Yönetimini Yaygınlaştıran Dinamiklerin Belirlenmesi, Standart Dergisi, Sayı. 419 Kasım, 1996.

EREN, Erol: İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş. İstanbul, 2000.

GÜNEŞ, Recep, OTLU, Fikret: Muhasebe Uygulayıcılarının Sosyal Sorumluluk Anlayışı Üzerine Bir Araştırma, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, Cilt: 5, Sayı. 2 Haziran, 2003.

GRAY R; OWEN, DADAMS, J: Accounting and Accountability First Pupilshed, Edinburg. Gate England, 1996.

LOWES, Sparkes, Jr : Accounting for Company Responsibility to the Stake Holders Management Accounting, December. 1973.

GOSER J. R : Relevancy of Social Accounting İnformation for Decision Markers. An Emprical Study, The University of Nebresky, Lincoln, 1979.

MARANGOZ, Mehmet: Girişimcilik, Pozitif Matbacılık, Ankara, 2008.

OTLU, Fikret: Sosyal Sorumluluk Kavramı, İşletme Yönetiminin ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu, Atatürk Ün. İİBF Dergisi, Sayı 1-2, 2002.

ÖZKOL, Erdal; ÇELİK, Muhsin; GÖNEN, Seçkin: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı v Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu, Muhasebe Finansman Dergisi, Sayı: 27, Temmuz, 2005.

SMITHY, Stirling: Corparate Social Reporting, The Solidar Project, 2003.

SÖZBİLİR, Halim: İşletmelerde Sosyal Muhasebe Kuramı ve Türkiye'de Bir Anket Çalışması, Sevinç Matbaası, Ankara, 1981.

SÜRMEYEN, Yusuf; AKGÜN, Davut: İşletmelerde Sosyal Raporlama, Muhasebe Finansman Dergisi, Sayı.26, 2005.

ŞENER, Mustafa: İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Ün. Fen Bilimleri Enstitüsü, 199

USLU, S: İş Etiğinde Geleneği ve Yeniliği Harmanlayabilmek, Görüş. 2001.

<http://www.urkforum.net/showthread.php?t=178621>Erişim Tarihi:03.05.2009

http://www.turkeyif.com/sosyal_sorumluluk_nedir-t44730.0.html Erişim Tarihi:03.05.2009

<http://www.forummavi.com/sorumluluk-nedir-t5056.0.html> Erişim Tarihi: 03.05.2009