



JOURNAL OF ACCOUNTING, FINANCE AND AUDITING STUDIES

<http://www.jafas.org>

Muhasebe Meslek Mensuplarının Bakış Açılarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Muhasebe İlişkisi (The Relationship Between Corporate Social Responsibility And Accounting With The Perspective Of Professional Accountants)

Çağrı KÖROĞLU^a Hüseyin Önlem ERSÖZ^b

^a Yrd.Doç.Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İİBF, cagrikoroglu@hotmail.com

^b Öğr.Gör.Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, Karacasu Memnune İnci MYO, hoersoz@adu.edu.tr

Anahtar Kelimeler

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Muhasebe Meslek Mensupları, İşletme Paydaşları, Muhasebe.

Jel Sınıflandırması

M14, M40, M49.

Özet

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramı günümüzde bütün dünyada uygulanan, üzerinde tartışılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. KSS, işletmelerin paydaşlarına yönelik bazı sorumlulukları olduğunu kabul etmesi ve bu sorumluluklarını paydaşları için yerine getirmesini sağlamaya yönelik bir kavram haline gelmiştir. Muhasebenin işletmelerin KSS faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde önemli araçlardan biri olduğu kabul edilmektedir. Çalışmada muhasebe ve KSS arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla Akhisar'daki muhasebe meslek mensuplarının hizmet verdikleri işletmeleri ve işletmelerin muhasebe bilgilerini KSS açısından değerlendirmeleri istenmiştir. Çalışmada anket yöntemiyle elde edilen veriler istatistiksel paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Analiz bulguları değerlendirilerek sonuçlar ve öneriler geliştirilmiştir.

Keywords

Corporate Social Responsibility, Professional Accountants, Business Stakeholders, Accounting.

Jel Classification

M14, M40, M49.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) which is applied in the whole world has become one of the most important concepts discussed on. CSR issue is the acceptance of responsibility for the business stakeholders and become a concept to ensure the to meet of these responsibilities to its stakeholders. For achieving the CSR activities of businesses, it is assumed that accounting is one of the important tools. In this study, we have tried to reveal the relationship between accounting and CSR. For this purpose, members of accounting profession in Akhisar were asked to evaluate their serving businesses and their accounting informations in terms of CSR. The data obtained in the survey were analyzed using the statistical package program. The study findings were evaluated than conclusions and recommendations were developed.

1. Giriş

Küreselleşmenin etkisiyle gerek ulusal gerekse de uluslararası ticarete önemli gelişmelerin yaşanması, ülkelerin ekonomik boyutlarının genişlemesini sağlamış ve bu genişleme ticari yaşamda bilginin önemini arttırmıştır. Ticari yaşamda bilginin günümüz dünyasında bu derece önemli bir unsur haline gelmesi, işletmelerin yönetim bağlamında yerine getirmek zorunda oldukları farklı anlayışların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu süreçte, işletmeler tarafından yerine getirilmesi gereken önemli konulardan birisi, kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramıdır (Kaderli ve Köroğlu, 2014: 34).

KSS, işletmenin etkileşimde bulunduğu taraflara karşı üstlenmesi gereken sorumlulukları ifade eder. Bu sorumlulukların yerine getirilmesinde önemli araçlardan birisini, tüm işletmelerde ortak bir dil konumunda olan muhasebe oluşturmaktadır. Muhasebenin bu derece önemli olması, muhasebe ile KSS arasındaki ilişkinin önemini de ortaya koymaktadır. Muhasebe ve KSS arasındaki ilişkinin temelini, muhasebenin temel fonksiyonları ile KSS kavramının temel boyutları oluşturmaktadır. KSS'nin temel boyutlarını ekonomik, yasal, ahlaki ve hayırseverlik/gönüllü sorumluluklar oluşturmaktadır. Şöyle ki, muhasebe işletmelere, faaliyetler sonucunda oluşan bilgileri kaydedip, sınıflandırıp, özetleyip ve analiz ederek temel sorumluluğu olan ekonomik sorumluluğa katkı sağlamaktadır. Ayrıca, muhasebe işletme faaliyetlerinin, kanun ve yönetmeliklere uygunluğunu tespit etmesiyle devlete olan yasal sorumluluğunu da yerine getirmektedir. Son olarak, işletme bilgilerinin çıkar gruplarına doğru ve zamanında aktarılması açısından ahlaki sorumluluğu ve tüm bu faaliyetlerin yerine getirilmesiyle de toplum tarafından işletmenin imajının artırılması açısından hayırseverlik sorumluluğuna da katkı sağlamaktadır.

Çalışmanın amacı, muhasebe meslek mensuplarının bakış açılarından KSS ile muhasebe arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaçla, ilk olarak KSS ile ilgili genel bilgilere yer verilmiştir. Daha sonra, muhasebe ve muhasebecilik mesleğine ilişkin bilgiler verilerek KSS ile muhasebe arasındaki ilişki teorik olarak açıklanmıştır. Çalışmanın son kısmında ise, KSS ile muhasebe arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek için, Akhisar'da faaliyet gösteren muhasebe mensupları üzerinde yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler, SPSS (16) ortamında analiz edilerek değerlendirilmiştir.

2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi

KSS konusunun ayrıntılarıyla anlaşılması için öncelikle bazı kavramların açıklanması gerekmektedir. Bu bağlamda ilk olarak "sorumluluk" kavramının tanımlanması uygun

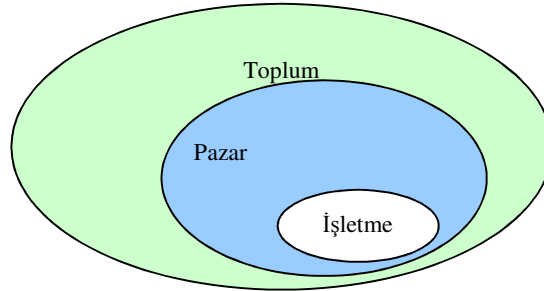
olacaktır. Sorumluluk "bir kimsenin kendisinin ya da başkalarının davranışları için bir kimseye ya da bir yetkiliye hesap verme ve bu davranışların doğurabileceği sonuçlara katlanmayı kabul etme zorunluluğudur" şeklinde tanımlamakta ve bir yetkiliye karşı olan yükümlülüğe dikkat çekmektedir (Çetin vd, 2010: 11). KSS konusunda çok sayıda tartışma ve yayın varsa da üzerinde bir uzlaşmaya varıldığını söylemek güçtür. Kavram ilk ortaya atıldığı andan itibaren önemli değişiklikler geçirmiştir. Bu konuda hala birbirine zıt tartışmalar ve tanımlar yapılabilmektedir (Greenfield, 2004: 22). Çünkü KSS her kavram gibi tanımlanabilir bir kavram olsa da herkes için aynı anlama gelmemektedir. İşletmeler için en iyi KSS tanımlaması işletmenin amaçları, stratejileri ve yetenekleriyle örtüşendir (Marrewijk, 2003: 96). KSS kavramı 1953 yılında ortaya çıkan H.R. Bowen'in "iş adamının Sosyal Sorumlulukları (Social Responsibilities of the Businessman)" adlı yayını ile önemli bir dönüm noktasına ulaşmıştır. Çünkü söz konusu kitap bu alanda yapılan modern akademik yayınların başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Bowen'e göre işletme faaliyetleri toplumun değer yargıları ile uyumlu olmalıdır. İşletme çevresi ile bir karar alırken ilişkili tarafları da gözlemelidir. (Marens, 2008: 852). 1960'lı yıllardan itibaren akademik alanda yapılan tartışmalar Davis, Eells, Walton, Friedman ve McGuire'nin katkılarıyla "iş adamının sosyal sorumlulukları" noktasından "işletmelerin kurumsal sosyal sorumlulukları" konusuna dönüşmüştür (Carroll, 1979: 497).

KSS başlangıçta işletmelerin kendi kurumlarına uyarladığı yaklaşımlardan birisi olmasına karşın günümüzde uluslararası bir konu haline gelmiştir. Uluslararası kurumlar kendi KSS tanımlarını geliştirmişlerdir. Örneğin Avrupa Komisyonu tarafından yapılan tanımına göre KSS, şirketlerin ekonomik faaliyetlerine ve işletme paydaşları ile olan ilişkilerine, gönüllülük esaslı çerçevesinde oluşan toplumsal ve çevresel beklentileri dahil etme durumunu ifade eden bir kavramdır (<http://trade.ec.europa.eu>, 2011). Avrupa Birliği KSS için işletmelerin yasal gerekliliklerinin ötesinde ve üstünde davranış kalıplarının geliştirmesi gerektiğini düşünmektedir (Doane, 2004: 217). Dünya Bankasına göre ise KSS, işletmeleri toplumla bütünleştiren bir faaliyettir (Swaen, 2002: 5).

KSS konusunda klasik görüş, işletmenin tek sorumluluğunun kar yapmak ve karını artırmak olduğunu savunur. Bu görüşe göre KSS bir işletme için karlılık amacına hizmet eden bir unsurdur. İşletme kaynaklarını başka amaçları gerçekleştirmek için harcayamaz. Yönetici isterse bireysel olarak sorumluluklarını yerine getirebilir fakat bunu işletme kaynaklarını kullanarak yapamaz (Friedman, 1970). Modern görüşe göre ise işletmenin etkilediği veya etkileşimde bulunduğu taraflara karşı sorumlulukları vardır. Buna göre

KSS, işletmelerin ekonomik, yasal, ahlaki ve hayırseverlik/gönüllülük faaliyetlerin şekillendirdiği bir kavramdır (Caroll, 1999: 289). Diğer benzer modern bir yoruma göre KSS, bir kurumun ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, kurum içi ve çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesi ile şekillenen bir kavramdır (Coşkun, 2010: 42).

Porter ve Kramer (2006: 1) herhangi bir işletmenin KSS faaliyetlerini geliştirdiğinde rekabet gücünün artacağını ve KSS faaliyetlerinin stratejik amaçlara dönüşeceğini öngörmüşlerdir. Buna göre işletmelerin KSS uygulamalarından elde ettikleri kazanımlar çok farklı şekillerde karşımıza çıkabilmektedir (Weber, 2008: 249). Söz konusu kazanımlar şunlardır: [1] İşletmenin itibarının artmasında olumlu etkiler yaratılması, [2] İşgücü motivasyonuna olumlu etkiler yapma, işgücünü elde tutma ve iyileştirilmesi, [3] İşletme satışlarının, pazar payının, gelirlerinin ve tasarrufların artırılması, [4] Çeşitli çevrelerden gelen baskıların azalması, [5] Tüketici boykotlarından kaçınma, [6] Paydaşlarla olumlu etkileşimler, [7] Fonlama maliyetlerinde azalma, [8] Müşterileri etkileme.



Kaynak: Demise N., 2011: 3

Şekil 1: İşletme, Pazar ve Toplum İlişkisi

Toplumun zaman içinde değişen değerleri kaçınılmaz bir şekilde işletmeleri de etkileyecektir. Çünkü işletme içinde bulunduğu pazarın ve toplumun bir parçasıdır. Şekil 1 işletme, pazar ve toplum arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Toplum değerlerini yakalayan işletmeler kazanırken, diğerleri kaybedecektir. 21'inci yüzyılda işletmenin toplumsal çevreleri, bir işletmeden sosyal sorumluluklarını yerine getirirken çalışma alanlarını bilinçli bir şekilde tespit etmesini, toplumun refahını ve yaşam düzeyini geliştirmeye yardımcı faaliyetlere katılmasını beklemektedir (Demise, 2011: 3). İşletmelerin önemi toplumda giderek artarken ve işletmeler çeşitli roller üstlenmektedir. Bu durum işletmeleri farklı alanlarda sorumluluklar yüklemektedir.

2.1. İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlgili Paydaş Grupları

İşletmelerin çeşitli paydaşları bulunmaktadır. Bu çalışmada işletme paydaşları “işletmelerin karar, politika ve uygulamalarından etkilenen ve aynı şekilde, işletmenin karar ve politikalarını etkileyen gruplar” olarak tanımlanmaktadır (Gültekin ve Küçük, 2004: 338). KSS’ye önem veren işletmeler önemli bir karar aldıklarında paydaşlarının alınan bu karardan nasıl etkileneceğini, paydaşlar arasındaki dengeyi koruyarak nasıl kar elde edeceklerini dikkate almalıdırlar (Mehrabi vd., 2012: 2315). İşletme denilen organizasyonlarda çok çeşitli paydaş grupları vardır. Bu grupların bazıları organizasyonu meydana getirirken bazıları da organizasyonla doğrudan veya dolaylı etkileşime girerek kendi çıkarlarını gerçekleştirmek için çaba gösterirler. İşletmelerin KSS sorumluluklarını yerine getirebilmesi için kendileriyle ilgili paydaş gruplarının kimler olduğunun bilmeleri gerekmektedir (Aydın ve Erdoğan, 2013: 110). İşletmelerin paydaş grupları buldukları bölgeler, çıkarları, zamana vb. etmenlere göre birbirlerine kıyaslandığında farklılıklar gösterebilmektedir. Paydaş grupları belirlenirken işletmeyi etkileyebilme gücü, yasal ilişkilere sahip olma (yasallık) ve taleplerinin önceliği (önemi) gibi üç tür özellikten en az birine sahip olup olmadıklarına bakılmaktadır (Ertuğrul, 2008: 208). İşletmelerin paydaş grupları birincil ve ikincil paydaşlar şeklinde sınıflandırılabilir. Wood (1990: 86)’a göre herhangi bir işletmenin birincil paydaşları şunlardır: Müşterileri, rakipleri, çalışanları, tedarikçileri ve işletme sahipleri. Yine Wood’a göre bir işletmenin ikincil paydaşları ise kamu kurumları, finans sektörü, medya, toplum, vakıf ve dernekler, yabancı devletler, yatırımcılar, çevreci ve tüketici gruplarıdır.

İşletmelerin KSS alanları ve faaliyetleri hitap ettiği paydaş gruplarına göre şekillenebilmektedir. İşletmelerin KSS alanları kurum içi ve kurum dışı sorumluluklar şeklinde ikiye ayrılabilir (Özkoç vd, 2005: 136). İşletme içi sorumluluklar işletmenin personeline önem vermesi, personelin işe adaptasyonu, çalışma ortamının iyileştirilmesi, bireylerin kişisel eğilim ve kariyerine odaklanma ve işletmelerde iletişimi artırma ve yönetime katılma olanaklarını sağlama şeklinde sıralanmaktadır. İşletme dışı sorumluluklar ise işletmelerin iş ahlakına uyması, ürünün güvenliği bakımından ürünün tüketiciye tanıtılması, tüketicileri bilgilendirme sorumlulukları, fiyat belirleme bakımından sorumluluk ve çevresel kaynakların kullanılmasında gelecek nesillerin ve doğanın göz önüne alınması şeklinde sıralanmaktadır (Özkoç vd, 2005: 136).

2.2. İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları

İşletme paydaşları işletmelerden kendi beklentilerine uygun sorumlulukları yüklenmesini beklese de her işletme aynı davranışı sergilememektedir. Bunu beklemek de doğru olmayacaktır. İşletmelerin yükleneceği sorumluluğun boyutları dört gruba ayrılmıştır. Günümüzde çoğunlukla kabul görünen bu dört boyut Carroll tarafından 1979 yılında dile getirilmiş ve “KSS Piramidi” olarak adlandırılmıştır (Branco ve Rodrigues, 2007: 9).

Şekil 2’ye göre sorumlulukların öncelik ve önem sırasına göre sıralandığı görülmektedir. Piramidin en alt bölümündeki ekonomik boyut önem sırasında birincidir. Daha sonra sırasıyla yasal, ahlaki ve hayırseverlik boyutu gelmektedir (Branco ve Rodrigues, 2007: 9).



Kaynak: Branco ve Rodrigues, 2007: 10

Şekil 2: Carroll’ın KSS Piramidi

Ekonomik Boyut: İşletmelerin öncelikli sorumluluğu karlı olmaktır. Bu boyut klasik sorumluluk anlayışını temsil etmektedir (Menteş, 2009: 20). Ekonomik boyutunun bileşenleri yüksek karlılık, hissedarların kazançlarını en üst seviyede tutma, güçlü rekabetçi pozisyon ve şirket imajını daim kılmak için sürdürülebilir karlılık sağlamak şeklindedir (Carroll, 1991: 40).

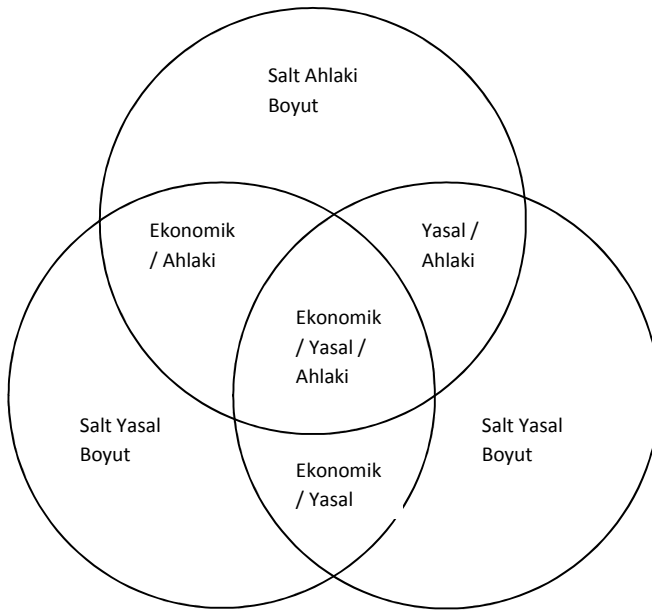
Yasal Boyut: Sosyal sorumluluk piramidinin ikinci basamağında yer alan yasal sorumluluklar, işletmelerin göz ardı edemeyecekleri önemli bir sorumluluktur. Kanun, tüzük, kararname ve yönetmelikler çerçevesinde işletmenin faaliyetlerini yerine getirmesini ifade etmektedir (Korkmaz, 2009: 38). Yasal boyutun bileşenleri yasal mevzuata uyum sağlama, çeşitli ulusal ve yerel düzenlemelere uyum sağlama, kurum çalışanlarını yasalara uyumaları konusunda güvence verme ve ürünlerinin yasal koşulları karşılayabilmesi şeklindedir (Carroll, 1991: 41).

Ahlaki Boyut: Tüketiciler, çalışanlar, hissedarlar gibi grupların hak ve adaletle ilgili algılamaları; ahlaki sorumlulukların içeriğini oluşturmaktadır. İşletme bu algılamalar doğrultusunda ekonomik amaçlarını gerçekleştirmekle yükümlüdür (Torlak, 2013: 37).

Ahlaki boyutun bileşenleri toplum değerlerine uyuma, toplumun beklentileri dahilinde çevresine saygı gösterme ve işletme amaçları için ahlaki normlardan ödün vermeme vb. şeklinde de ifade edilmektedir (Carroll, 1991: 41).

Hayırseverlik / Gönüllülük Boyutu: Hayırseverlik boyutunda işletmenin toplumda oluşturduğu iyi niyeti güçlendiren veya işletmenin içinde bulunduğu sosyal çevrede iyi bir kuruluş olarak algılanmasına yardım eden faaliyetler söz konusudur. İşletmelerin kaynaklarından bir kısmını, eğitim, sanat, spor ve doğal çevre gibi sosyal projelere ayırması bu türden bir sorumluluğa işaret etmektedir (Torlak, 2013: 37). Hayırseverlik boyutun bileşenleri işletmelerin sosyal yardımları yapmaları, toplumun hayırsever yardımlar konusunda beklentilerini karşılamaları, çalışanların sosyal çevrelerine duyarlı olmaları şeklindedir (Carroll, 1991: 42).

Schwartz ve Carroll (2003: 503) yukarıda kısaca boyutları açıklanan KSS piramidini 2003 yılında güncellemiştir. Carroll'a göre KSS piramidi ilk bakışta ekonomik, yasal, ahlaki ve hayırseverlik boyutlarının önem derecesinin birbirlerinden farklı olduğunu; hayırseverlik boyutun ise en önemli KSS boyutu olduğu algısına neden olabilmektedir (Schwartz ve Carroll, 2003: 505). Fakat Şekil 3'e göre KSS'nin tüm boyutları iş dünyasında eşit derecede önemli olup aralarında aşamalı bir yapı yoktur. Hayırseverlik boyutu, kendisi ile ilgili olan birçok konunun aynı anda ahlaki boyutta da yer bulabilmesi nedeniyle yeni modelde (Şekil 3) yer almamıştır (Schwartz ve Carroll, 2003: 506).



Kaynak: Schwartz ve Carroll, 2003:509

Şekil 3: Üç Boyutlu KSS Modeli

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri

İşletmelerde etkili bir KSS'nin oluşturulabilmesi için, yönetim anlayışının bir takım kriterleri yerine getirmesi gerekmektedir. Kavramların açıklanmasında olduğu gibi, KSS kavramı da temel bazı ilkeler üzerinde inşa edilmiştir. KSS ilkeleri olarak ifade edilen bu unsurlar şunlardır (Argüden, 2002: 13-14): [1] Toplumun çıkarlarını kendi çıkarlarının önünde tutmak, [2] Tarafsızlık, [3] Hesap verilebilirlik, [4] Şeffaflık, [5] Açıklık, [6] KSS ilkelerine uygun davranmak

KSS ilkeleri işletmeler için rehber niteliğindedir. KSS ilkeleri işletmelerin toplumla sağlam ilişkiler inşa etmesine yardımcı olurken etkileşimde bulunduğu paydaşlarına yönelik temel stratejilerini gerçekleştirmelerine yardımcı olabilir. Bütün bunlara ek olarak KSS ilkeleri işletmenin adil ücret politikalarını benimsemesini, insan hakları gibi evrensel konuları dikkate almasını, adil ticaret, güvenli ürünler üretmek ve işletmenin toplumsal ağlarla işbirliğini öngörmektedir (Rahim, 2013: 19).

2.4. Dünya'da ve Türkiye'de KSS'de Mevcut Durum

İşletmelerin KSS duyarlılıkları Dünya'nın her yerinde aynı seviyede değildir. İşletmelerin KSS konularına duyarlılıklarının artması ile ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyi arasında doğrudan bir ilişki olduğu varsayılmaktadır (Comincioli vd, 2012: 24). 2001 yılında Dünya genelinde 20 ülkeyi ve 20.000 kişiyi kapsayan Kanada merkezli GlobeScan Araştırma Grubu (2003 yılından önceki adı Environics Research Group) adlı örgütün yaptığı "Corporate Social Responsibility Monitor 2001: Global Public Opinion on the Changing Role of Companies" adlı araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, gelişmiş ülkelerde paydaşlar arasında KSS'nin önemli bir konu olduğunu görülmektedir. Örneğin bu ülkelerde işletmelerin sosyal sorumluluk performansları yatırımcıların yatırım kararlarında önemli bir veri olarak kullanılmaktadır (www.iisd.org/business/issues/sr_csr.asp, 2015).

KSS konusu ABD'deki işletmelerde yaşam kalitesi ve eğitim gibi konularda yoğunlaşırken, Avrupa'da geleneksel yollarla gerçekleştirilmekte ve üretimle ilgili konularda yoğunlaşmaktadır. KSS'yi ekonomik boyutuyla ilgilenen Avrupalı işletmeler ürün/hizmet/servis kalitesi, sanayinin çevreye olan olumsuz etkilerinin azaltılması, sponsorluk, işçi sağlığı ve güvenliği gibi konulara eğilmektedir (Maignan ve Ralston, 2002). Avrupa'da KSS hareketi dünyanın diğer bölgelerinde olduğu gibi geleneksel olarak büyük işletmelerce sahiplenilmiştir. Yaşanan küresel kriz, Avrupa'da toplumsal baskıyı bu işletmelere de yöneltmiş ve toplumda hayırseverlik boyutunda daha fazla katkı yapmaları

yönünde bir beklenti oluşturmuştur (Berruga, 2009: 3). ABD’de ise KSS’yi çok sayıda ve türde oyuncu (devlet, iş dünyasının aktörleri, dernekler, vakıflar, medya ve sivil toplum) şekillendirirken ve işletmeler de KSS’yi genellikle rekabet avantajı yaratmada kullanılan bir iş stratejisi ya da tüketicinin/sivil toplumun baskısına yanıt verme çabası şeklinde benimsemiştir (Schaller ve Kocks, 2007: 172).

Türkiye’de ulusal işletmelerin KSS uygulamalarının gelişmesinin iç ve kültürel etkilerden ziyade dış ve kurumsal etkilere ve zorlamalara bağlı olduğu görülmektedir (Çubuk, 2009:40). Özellikle çokuluslu işletmeler Türkiye’de KSS’nin zemin bulmasında öncü rol üstlenmişlerdir (Ersöz, 2007: 83). Türkiye’de özellikle dış ticaret işletmeleri KSS konusunda farkındalığa sahipken; KOBİ’ler ise KSS konusunda bilinçsiz hareket etmektedir (Varçın vd, 2013: 89). Sonuç olarak Türkiye’de de KSS çalışmalarını yönlendiren faktörlerin bazıları şu şekilde sıralanabilir (KSS Derneği Raporu, 2008: 10): [1] İşletmelerde kurumsal yönetim anlayışının gelişmesi, [2] İşletmelerin yasal düzenlemeler ve uluslararası sözleşmelere uyum sağlama faaliyetleri, [3] Çok uluslu işletmelerin faaliyetleri, [4] Dini ve kültürel özellikler, [5] Sivil toplum örgütleridir.

2.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Ölçüm Sorunu

KSS kavramının ölçülmesi oldukça tartışmalı bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü KSS konusunda yapılan birçok araştırmaya karşın geçerli ve güvenilir ölçekleri geliştirmenin mümkün olup olmadığı konusu hala güncelliğini korumaktadır (Bıçakçı, 2011: 10). KSS ile ilgili olarak araştırmacıların literatürde bir çok incelemeleri bulunmaktadır. Buna göre işletmelerin, paydaşların KSS’ye yönelik algılamalarını ve bireysel tutumlarını ölçen çalışmalar yapılmış olmasına karşın bugüne kadar kurumların toplumsal duyarlılıklarının ölçülmesinde hatasız bir araç geliştirmenin olanağı bulunmamaktadır (Greenfield, 2004: 23-24).

Birçok işletme kurumsal itibarlarını yükseltmek için çeşitli faaliyetler yürütmekte ve faaliyetlerini yayınlamaktadır. Fakat işletme paydaşları için işletmeleri doğru değerlendirmek zordur. Çünkü işletme paydaşlarının bir çoğu işletmelerin yayınladıkları yayınlar hakkında bilgisi yoktur ya da değerlendirmeleri yetersiz kalmaktadır (Chatterji vd, 2009: 126). Bu nedenle literatüre bakıldığında araştırmacıların işletmelerin KSS durumlarını ölçmek için bir çok farklı yöntem geliştirdiği görülmektedir.

Araştırmacılar genellikle bir kurumun KSS performansını ölçmenin zorluğuna işaret ederek; zoraki seçime dayalı anketler, itibar endeksleri ve ölçekleri, belgelerin içerik

analizleri, davranışsal ve algıya dayalı ölçümler ve örnek olay analizleri gibi alternatif yöntemleri de değerlendirmeye dahil etmektedir (Bıçakçı, 2011: 11).

İşletmeler açısından oldukça önemli olan KSS konusunun Kayseri İli Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren işletmeler tarafından nasıl algılandığını tespit etmek için yapılan bir çalışmada, Maignan ve Ferrell (2000) tarafından geliştirilen "KSS" ölçeği kullanılmıştır. Kayseri'deki çalışmada kullanılan ölçek Carroll tarafından geliştirilen KSS boyutlarını temel alarak oluşturulmuş ve Türkiye'de yapılan çeşitli çalışmalarda kullanılmıştır. Çalışma örneği kapsamında yer alan işletmelerin daha çok hangi amaçla (ekonomik, ahlaki, yasal ve gönüllülük) KSS faaliyetinde buldukları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu ölçek 30 ifadeden oluşmaktadır. 30 ifadenin 6'sı hukuki, 7'si ekonomik, 7'si etik ve 10'u gönüllülük/ hayırseverlik KSS boyutlarını belirlemeye yöneliktir (Cingöz ve Akdoğan, 2012: 341).

Geliştirilen ölçeklerden en iyisi ve sağlıklı KSS itibar endeksleridir. İtibar Endekslerin oluşturulmasında genellikle işletmelerden gelen raporlar, sahip olunan ulusal ve uluslararası standartlar, anketler, haberler, vaka çalışmaları ve firma ziyaretleri tercih edilir (Çelik ve Güleç, 2013: 155). Dünya'da yaygın olarak kullanılan endekslerden bazıları şunlardır: FTSEGOOD Endeksi, Down Jones Sürdürülebilir Endeksi (DJSI), Karbon Saydamlık Liderliği Endeksi (CDLI), Oregon Üniversitesi tarafından hazırlanan Yeşilyıkama Endeksi (Greenwashing index), Fortune KSS Endeksi, BITC CSR Endeksi, Küresel Raporlama Girişimi Endeksi (GRI Guideline Index), Kanada Sosyal Yatırım Veri tabanı (CSID). Türkiye'de de benzer endeksler mevcut olup bunlardan bazıları şunlardır: Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi Projesi, KSS Türkiye Endeksi ve Capital KSS Liderleri gibi.

KSS'yi ölçmede kullanılan başka bir yöntem de, işletmelerin çeşitli araçlar kullanarak yayınladıkları raporların (çevre, toplum, çalışan, tedarikçi, yatırımcılar, tüketiciler hakkında işletmelerin uygulamaları) içerik analizini yapmaktır. Özellikle son yıllarda, işletmelerin itibarlarını artırmak için KSS hakkındaki bilgileri yayınlamaları kolaylık sağlamaktadır (Yamak, 2007: 63). İçerik analizi yöntemi araştırmacılara işletmelerin KSS alanlarını belirlemede standartlar oluşturarak güvenilir değerlendirmeler yapabilme olanağı vermesine karşın işletmelerin verdiği bilgiler ile eylemleri arasında tutarsızlıklar olabildiği araştırmacılar tarafından dikkate alınmalıdır (Bıçakçı, 2011: 12).

İşletmelerin KSS düzeylerini ölçmenin zorluğu objektif kriterleri, istatistiksel yöntemleri ve standartları belirleyebilmektir. Çünkü işletmeler tarafından yayınlanan mali tablolar

üzerinden KSS'yi belirleyebilmek güçtür. Bu durumda da işletmelerin finansal performanslarına (karlılık, finansal göstergeler gibi) bakarak A işletmesinin B işletmesinden daha sorumlu bir şirket olduğunu iddia etmek güç olacaktır (Aupperle vd, 1985: 446).

Literatürde paydaşların KSS'yi algılama durumlarını ölçen çeşitli ölçekler bulunmaktadır. İşletme paydaşlarının (yöneticiler, çalışanlar, tüketiciler...) KSS algılamalarını ortaya koymaya çalışan ilk çalışmalardan biri 1985 yılında Aupperle tarafından geliştirilen ve Carroll'un dört boyutlu (ekonomik, yasal, ahlaki ve gönüllülük) KSS pramidini temel alan ölçektir. Bu ölçek Aupperle'nin "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yönelimi (KSSY)" şeklinde isimlendirdiği yöneticilerin işletmelerine ilişkin KSS algılamalarını belirlemeye çalışmaktadır. Buna göre paydaşların KSS algılamaları cinsiyet, yaş, eğitim, mevki ve din gibi bir çok faktörden etkilenebilmektedir (Bir vd, 2014: 2308).

Çalışanların işletmelere yönelik KSS algılarının ölçülebilmesi konusunda Türker (2006) tarafından yapılan bir çalışmada 18 maddeli bir ölçek geliştirilmiştir. Türker'in çalışması Türkiye'de özel sektörde çalışan 269 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda çalışanların işletmelere yönelik KSS algılarına ilişkin dört boyutlu bir model ortaya çıkmıştır. Araştırmadan elde edilen modele göre işletmelerin çalışanlara, tüketicilere ve hükümete (devlet) yönelik KSS'leri olduğu şeklindedir (Türker, 2006: 83).

Tüketicilerin işletmelere yönelik KSS algılarının ölçülmesine ilişkin KSS boyutlarını içine alan 16 maddeli bir ölçek de Maignan tarafından geliştirilmiş olup çalışmada Fransa, Almanya ve ABD yaşayan tüketicilerin KSS algılamalarındaki farklılıklar analiz edilmiştir (Maignan, 2001: 57). Aynı KSS ölçeği Türkiye'de ve Avustralya'da yaşayan tüketicilerin işletmelere yönelik KSS algılamalarındaki farklılıkların analizinde de kullanılmıştır (Küskü ve Zarkada-Fraser, 2004: 62). KSS'nin ölçümü ile ilgili tartışmaların yaşandığı bir ortamda eleştirilerin olması da olağan bir durum kabul edilebilir. Çünkü KSS her geçen gün gelişen, merak edilen, araştırılan ve toplumda kabul görülen bir konu haline gelmiştir.

3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe

Kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal konular ile muhasebeyi birbirine yaklaştıran en önemli uygulama alanıdır. Çünkü muhasebe uygulamalarının yürütülmesinde tüm toplumun çıkarlarının gözetilmesi düşüncesi hakimdir. Bu durum muhasebe bilgi sistemini KSS'de önemli bir yere konumlandırmıştır (Daştan ve Bellikli, 2015: 185). Çünkü Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri'nden "Sosyal Sorumluluk Kavramı", muhasebenin organizasyonda, muhasebe uygulamalarının yürütülmesinde ve mali

tabloların düzenlenmesi ve sunulmasında, belli kişi ve grupların değil, tüm toplumun çıkarlarının gözetilmesi ve dolayısıyla bilgi üretiminde geçeğe uygun, tarafsız ve dürüst davranılması gerektiğini ifade etmektedir (Yanık ve Türker, 2012: 293).

KSS kavramı, belki de, çevresel konular ile muhasebeyi birbirine yaklaştıran en önemli temel kavramdır. Zira muhasebe uygulamalarının yürütülmesinde toplumun çıkarlarının gözetilmesi düşüncesi toplumu ilgilendiren ve son derece hayati bir konu olan çevre konusunun muhasebe sistemi dışında bırakılmasına izin vermemektedir. Çevre konusunu dikkate almayan bir muhasebe sistemi, sosyal sorumluluk kavramına kuşkusuz aykırı düşecektir (Demir, 2013: 230). İşletmelerin KSS'nin (gönüllü) hayırseverlik boyutunda bazı sorumlulukları yerine getirmeleri çoğu zaman onlara ticari itibar kazandırarak piyasa değerlerini arttırmaktadır. Bu noktada, gönüllü sorumluluğun işletmeye olan bir maliyeti ve getirisi muhasebe tarafından hesaplanmaya çalışılmakta ve çevre, eğitim, sağlık, sanat gibi işletmenin gönüllü etkinliklerinin kayıtlara alınmasına olanak tanımak için çaba göstermektedir (Özko vd, 2005: 144).

Bir işletmenin faaliyet ve sonuçları ile doğrudan ilgili olan kesim sadece o işletmenin sahip ve ortakları değildir (Resmi Gazete, 1992: 1). Bunların dışında o işletme ile ticari, mali, ekonomik ilişkiler kuran kuruluşlar, toplum bireyleri, bankalar, yatırım kuruluşları, çeşitli kamu kurumları, kuruluşları işletmenin faaliyet ve sonuçları ile ilgilenmektedir. İşletme paydaşları bu konuda sağlıklı ve güvenilir bilgi sahibi olmak istemektedirler. İşletmelerin faaliyet ve sonuçları konusunda bilgi kaynağı ise o işletmenin muhasebe kayıt ve belgeleri ile bunlara dayanılarak hazırlanan mali tablolardır (Şengel, 2011: 4). Mali tablolardan elde edilen bilgilerin doğru, açık, anlaşılır ve güvenilir olması gerekmektedir. Ancak bu sayede söz konusu paydaşlar yarar görmüş ve korunmuş olacaktır. Çünkü muhasebe işlemlerinde hata yapan, hileli olan veya eksik bilgiler taşıyan mali tablolar ilgili paydaşlar için gerçeği yansıtmaktan uzak kalacaktır (Okay, 2011: 110). Bu anlamda meslek mensupları işletmelerin ekonomik sorumluluklarını yerine getirmesinde ve buna bağlı olarak diğer KSS boyutlarını (yasal, ahlaki ve hayırseverlik sorumlulukları) yaşama geçirmesinde önemli bir görev üstlenmektedir.

Muhasebe mesleği, muhasebe bilimini uygulayan, işletme yöneticileri ve işletmeyle ilgili çıkar gruplarına karar verme aşamasında gerekli bilgileri tam, zamanında, açık, anlaşılabilir ve şeffaf bir şekilde sunan meslek dalıdır ((Daştan ve Bellikli, 2015: 185). Bu nedenle işletmelerden gelen bilgilerin doğruluğunun belirlenmesi, düzeltilmesi, işlenmesi muhasebe meslek mensuplarına bağlıdır. Muhasebe meslek mensupları mali anlamda

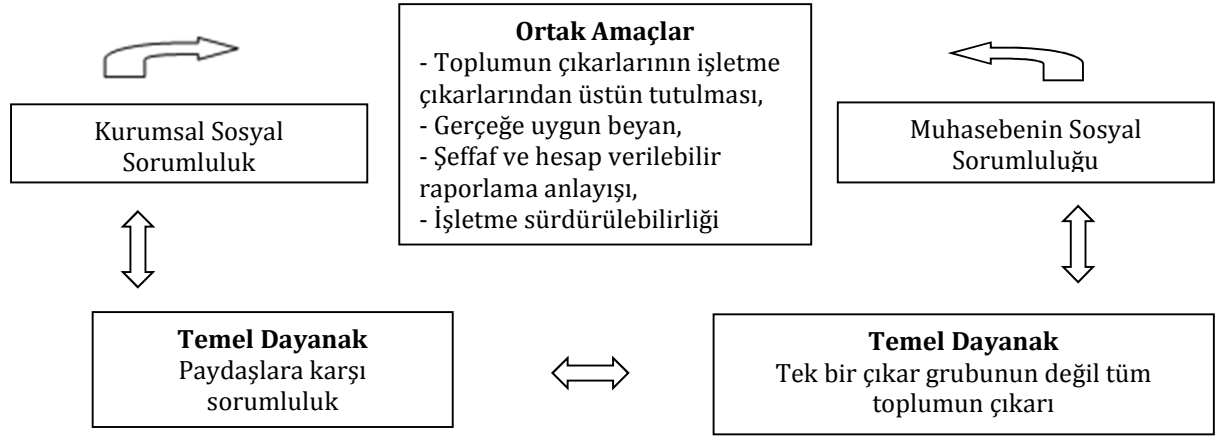
bilgilere sahip olduğu için işletmeleri en iyi tanıyan dış paydaşlardan biri olarak görülmelidir. Muhasebe meslek mensupları, mevzuattan kaynaklanan hakları ve sorumlulukları hizmet verdikleri işletmelere tam anlamıyla yansıtabilmelidirler. Aksi takdirde işletmeleri KSS'nin yasal sorumluluk boyutunda zaafa uğratabilirler (Özko vd, 2005: 142). İşletmenin muhasebe sisteminde yasal anlamda zaafa uğratılması devletin vergi kaybına neden olabileceği gibi işletmeye de ağır cezalar yükleyebilir ve işletmenin itibarını zedeleyebilir. İşletmelere ait istenilen kalitede bilgi üretimi ve çıkar gruplarının beklentilerinin eksiksiz karşılanabilmesi ve bu anlayışla işleyen bir muhasebe bilgi sisteminin varlığına bağlıdır (Daştan ve Bellikli, 2015: 185).

Muhasebecilerin karar alma sürecinde etik ve sosyal sorumluluğa verdikleri önemi araştırmak amacıyla yapılan bir araştırmada muhasebe meslek mensuplarının iş deneyimleri arttıkça daha fazla etiksel yargılamalarda buldukları sonucuna varılmıştır. Muhasebe meslek mensuplarının yaşadıkları ikilemler demografik özelliklerine göre farklılaşabilmektedir (Deran vd, 2014: 44).

Avrupa'da 128.000'den fazla üyesi olan bir kurum olan İngiltere ve Galler Yeminli Muhasebeciler Enstitüsü (ICAEW) muhasebe meslek mensuplarının işletmelerin çevrelerine sundukları kurumsal sorumluluk raporlarının hazırlanmasında önemli rol oynadıklarını; raporların güvenilir olmasında ve kalitesinde etkili olduklarını açıklamıştır (Tilt, 2010: 21). Muhasebe meslek mensupları işletmelerin KSS'lerini en iyi değerlendirebilecek paydaşlardan biridir. Çünkü kendileri de işletmelerin diğer paydaşları için sorumlu hareket etmeleri gerektiğinin bilincindedir. Balıkesir il merkezinde yapılan bir araştırmaya göre muhasebe meslek mensupları etik ilkelere, dürüstlüğe, mesleki bilgi ve yeterliliğe, güvenilirliğe, yasalara, işletme sırlarını saklama eğilimindedir. Buna karşılıklı aynı araştırmada muhasebe meslek mensuplarının gerekli konularda şeffaflığa ve mesleki sorumluluklara göre hareket etmeye çalıştıkları ifade edilmiştir (Ergün ve Gül, 2005: 152). Muhasebe meslek mensupları mükellefle (işletme) vergi dairesi arasında bir köprü vazifesi görmektedir. Bu alanda kamusal bir sorumlulukları da bulunmaktadır (Bilen ve Yılmaz, 2014: 58). Muhasebe meslek mensubu görev ve sorumluluklarını yerine getirirken işletme içinden ve işletme dışından birçok kişi ve kuruluşla iletişim kurmak durumundadır. Bu nedenle muhasebe meslek mensuplarının mesleklerinin gerektirdiği teknik bilgi, beceri ve deneyime sahip olmalarının yanı sıra aynı zamanda mesleki etik değerlere bağlı olmaları ve bu değerleri davranışlarına yansıtmaları gereklidir. Dolayısıyla meslek mensupları toplumun değer

yargılarına önem vererek, sorumluluklarını yerine getirirken objektif olmak, sadece işletmelerin değil, tüm toplumun çıkarlarını da dikkate almak zorundadırlar (Yıldız, 2010: 258). Bu nedenle, muhasebenin uygulayıcıları bilgileri üretirken, ilgili taraflarla ilişkilerinde yüksek ahlaki standartlara sahip olma, bunları koruma sorumluluğu bilinci içinde olmalıdır. İşletmenin KSS'nin ahlaki boyutunu toplumsal norm ve beklentilere uyumlu davranmakla yerine getirebileceği açıktır (Özko vd, 2005: 143).

Muhasebenin sosyal sorumluluk kavramı ve KSS'nin bir amaç birliği içinde olduğu ifade edilmektedir. Çünkü her ikisi de çıkar gruplarına yönelik şeffaflık ve hesap verilebilirlik anlayışı üzerine kuruludur. Bu açıklamalardan hareketle KSS'nin ve muhasebenin sosyal sorumluluğu ilişkisini Şekil 4 ile ifade etmek mümkündür (Daştan ve Bellikli, 2015: 186):



Kaynak: Daştan ve Bellikli, 2015:186

Şekil 4: Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Mesleğinin Sosyal Sorumluluk İlişkisi. Muhasebe işletmeler için ekonomik performanslarını iyileştirebilecekleri etkili bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu etkili aracın işletmelerin sosyal ilişkilerini geliştirilmesinde rol oynamaması için hiçbir neden yoktur. Fakat günümüzün geleneksel muhasebe araçları ve raporlama yöntemleri ile işletmelerin sosyal ilişkilerini desteklemede yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle özellikle bazı KSS uzmanları “tam maliyet muhasebesi” (Bebbington vd, 2001), “sürdürülebilir maliyet hesaplamaları” (Bebbington ve Gray, 2001) ve “gölge muhasebe” (Dey, 2007) gibi yeni muhasebe araçlarının geliştirilmesine çalışmaktadırlar (Tilt, 2010: 28).

4. Araştırma

4.1. Materyal ve Yöntem

Bu araştırmanın amacı, Manisa iline bağlı Akhisar ilçesinde çalışan muhasebe meslek mensuplarının hizmet verdikleri işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluklarına yönelik

algılamalarını tespit edebilmek ve muhasebe meslek mensuplarının bakış açılarından KSS ile muhasebe arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Çalışmanın evrenini, Manisa iline bağlı Akhisar ilçesinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensupları (serbest muhasebeci, serbest muhasebeci mali müşavir, yeminli mali müşavir) oluşturmaktadır. Araştırmada meslek mensuplarının seçiminde kolayda örnekleme seçim yöntemi uygulanmıştır. Akhisar Serbest Muhasebeciler Odası'ndan alınan bilgiye göre odaya kayıtlı 50 üye bulunmaktadır. Odaya kayıtlı üyelerin hepsine anket formları gönderilmiştir. 31 tane muhasebe meslek mensubundan (ankete yanıt verenlerin tümü serbest muhasebeci mali müşavirdir) geri bildirim sağlanmıştır. Örneklem, evrenin %62'sini temsil etmektedir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu düzenlenmiştir. Anket formları, meslek mensuplarıyla yüz yüze görüşülerek doldurulmuştur. Anket verileri istatistiksel paket programı (SPSS 16.0) yardımı ile frekans analizi, Ki-Kare testi ve Kruskal-Wallis yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Ankete katılan muhasebe meslek mensuplarının soruları doğru olarak cevaplandıkları kabul edilmiş, seçilen örneklemin, evreni anlamlı olarak yansıttığı varsayılmıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket soruları iki gruptur. Birinci grupta, muhasebe meslek mensuplarının demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara, ikinci grupta ise kurumsal sosyal sorumluluk boyutları konusundaki sorulara yer verilmiştir. Araştırmada anketlerdeki 16 maddelik KSS ifadeleri, Carroll'un (1979) geliştirdiği KSS piramidini temel alan Maignan (2001: 64) tarafından oluşturulmuş ve Sığındı (2013: 505) tarafından kendi çalışması için uyarlanmıştır. Araştırmada KSS'nin ekonomik, yasal, ahlaki ve hayırseverlik boyutları her biri dörder adet soru ile yer almıştır. Bu ifadelere meslek mensuplarının ne oranda katıldığı 5'li likert ölçeği ile tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma zaman, mekan ve maliyet nedeniyle Akhisar'da bağımsız çalışan muhasebe meslek mensupları ile sınırlandırılmıştır. Araştırma anketteki sorularla sınırlıdır.

4.2. Bulgular ve Tartışma

Çalışmanın bu kısmında; güvenilirlik analizi, frekans analizi, Ki-Kare testi ve Kruskal-Wallis testi analiz sonuçları yer almaktadır.

4.2.1. Güvenilirlik Analizi

Anket verilerinin güvenilir olup olmadığının tespit edilebilmesi için, "Cronbach Alpha" hesaplanmıştır. Bu hesaplama göre, anket verilerinin genel güvenilirliği $\alpha=0.876$,

ekonomik boyutu oluşturan 4 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,615$, yasal boyutu oluşturan 4 maddenin güvenilirliği $\alpha=0.797$, ahlaki boyutu oluşturan 4 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,873$, hayırseverlik boyutu oluşturan 4 maddenin güvenilirliği $\alpha=0,739$ şeklinde hesaplanmıştır. Sonuç olarak, çalışmada kullanılan anket verilerinin güvenilir olduğunu söyleyebiliriz.

4.2.2. Frekans Analizleri

Çalışma ile ilgili elde edilen anket verilerine göre frekans analizleri; KSS boyutları, işletmelere ait muhasebe verilerinin doğru ve güvenilirlik durumu ve muhasebenin işletmelerin KSS uygulamalarına katkısına yönelik analizler olmak üzere üç kısma ayrılmıştır. Analizler sonucunda, elde edilen veriler doğrultusunda her bir kısmın özelliğine ait sorulara yönelik ortalama, standart sapma ve sıralama verileri kullanılmıştır.

4.2.2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Boyutlarına Yönelik Frekans Analizleri

KSS boyutlarına yönelik frekans analizleri Tablo 1 ve Tablo 2’de verilmiştir. Tablo-1’de, muhasebe meslek mensupları açısından, mükelleflerinin KSS kavramının temel boyutlarına vermiş oldukları önem dereceleri yer almaktadır.

Tablo-1: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutlarının Önem Derecelerinin Belirlenmesi

	Sorular	Ortalama	Standart Sapma	Sıra
Ekonomik Boyut	Karını en üst seviyeye çıkarmaya çalışır	4,6452	0,9504	1
	Üretim maliyetlerini sıkı şekilde denetler	4,1290	0,9572	2
	Uzun vadeli başarı için planlama yapar	3,9355	1,2093	3
	Ekonomik performansını sürekli geliştirir	3,9032	1,0442	4
Yasal Boyut	Çalışanlarının yasalara uygun şekilde davrandıklarını garanti eder.	3,4194	1,2049	11
	Sözleşmelerde yer alan zorunluluklara uyar	3,7742	0,9205	6
	Performansı artıracığını bilse dahi, yasaları çiğneyecek eylemlerden uzak durur	3,5161	1,1217	8
	Her zaman mevzuata uygun hareket eder.	3,3226	0,9794	14
Ahlaki Boyut	Ekonomik performansı düşürmesine rağmen gerektiğinde ahlaki davranır	3,4194	1,0575	12

	Sorular	Ortalama	Standart Sapma	Sıra
	Ahlaki ilkelerin ekonomik performansa göre öncelikli olduğunu garanti eder	3,4516	1,0905	10
	Açık şekilde tanımlanmış, ahlaki ilkelere' bağlıdır.	3,6452	0,9504	7
	Firma hedeflerine ulaşmak için ahlaki standartlardan ödün verme yolunu seçmez	3,4516	0,9946	9
Hayırseverlik Boyut	Sosyal sorunların çözülmesine yardım eder	3,2581	1,0636	15
	Kamusal işlerin yönetiminde katkı sağlar	3,8387	0,8980	5
	Hayırseverlik işlerine kaynak tahsis eder	3,1935	1,1081	16
	Kar elde etmenin ötesinde toplumda bir rolü bulunmaktadır	3,3226	1,1075	13

Anket sonuçlarına göre; muhasebe meslek mensupları, mükelleflerinin KSS kavramının ekonomik boyutu çerçevesinde yer alan “Kârını En Üst Seviyeye Çıkarmaya Çalışır” sorusu, muhasebe meslek mensupları açısından mükelleflerin önem vereceği en temel unsur konumundadır. Buna karşın, hayırseverlik boyutu çerçevesinde yer alan “Hayırseverlik İşlerine Kaynak Tahsis Eder” sorusu, muhasebe meslek mensupları açısından mükelleflerin en az önem vereceği en temel unsur konumundadır.

Analiz verileri incelendiğinde, genel olarak; muhasebe meslek mensupları, mükelleflerinin KSS boyutlarından en çok ekonomik ve yasal boyuta önem verdiklerini düşünmektedir. Buna karşın, KSS'nin hayırseverlik boyutuna “Kamusal İşlerin Yönetiminde Katkı Sağlar” sorusu dışında çok fazla önem vermediklerini düşünmektedirler.

Tablo-2: Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlgili Boyutların Bir Bütün Olarak Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Boyutlar	Ortalama	Standart Sapma	Sıra
Ekonomik Boyut	4,1532	0,7120	1
Yasal Boyut	3,5081	0,8379	2
Ahlaki Boyut	3,4919	0,8720	3
Hayırseverlik Boyut	3,4032	0,7844	4

Tablo-2'ye göre, muhasebe meslek mensupları, mükelleflerinin KSS boyutlarını önem derecelerine göre; ekonomik, yasal, ahlaki ve hayırseverlik olarak sıralayabileceklerini düşünmektedirler. Tablo-2'de 5'li likert ölçeği dikkate alındığında ekonomik boyut dışında diğer KSS boyutlarının mükelleflerce çok fazla önemsenmediği anlaşılmaktadır. Başka bir deyişle, muhasebe meslek mensupları, mükelleflerinin KSS'nin sadece ekonomik boyutuna yüksek düzeyde önem verdiklerini; yasal, ahlaki ve hayırseverlik boyutlarına çok fazla önem vermediklerini düşünmektedirler. Akhisar'daki işletmeler maddi kaygılar nedeniyle ekonomik boyuta çok önem verirken, diğer boyutları aynı oranda önem vermiyor görünmektedir.

ABD'de üst düzey yöneticiler KSS'yi konu alan bir araştırmaya göre KSS'yi işletme ortaklarına karşı ekonomik sorumlulukların gerçekleştirilmesi şeklinde sınırlandırmaktadır (Beauchamp ve O'Connor, 2012: 496). Türkiye'de işletme yöneticilerinin KSS algılarını inceleyen bir araştırma TESEV (Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı) için Semra Aşçıgil tarafından 2003 yılında gerçekleştirilmiştir. Söz konusu araştırmaya göre işletme yöneticileri aldıkları kararlarda ekonomik boyutu, ahlaki ve yasal boyutların önünde tutmaktadır (Deren Van Het Hof, 2009: 22). Bunların dışında KSS farklı ülkelerde farklı şekillerde algılanmaktadır. Örneğin hayırseverlik boyutu gelişmiş ülkelerde öne çıkarırken yasal ve ekonomik boyutları işletmeler tam anlamıyla yerine getirmeye çalışmaktadırlar. Az gelişmiş ülkelerde ise işletmelerin ekonomik boyutu tam olarak yerine getirmeden hayırseverlik boyutunu öne çıkarmaları sorumluluk değil sorumsuzluk olarak nitelendirilmektedir (Özalp vd, 2008: 75).

4.2.2.2. Muhasebe Verilerinin Doğru ve Güvenilirliğine Yönelik Frekans Analizi

Muhasebe meslek mensuplarının KSS'nin muhasebe verilerinin doğru ve güvenilirliğine yönelik frekans analizi, Tablo-3'de verilmiştir.

Tablo 3: Muhasebe Meslek Mensuplarına Göre Muhasebe Verilerinin Doğru ve Güvenilir Olma Durumu

	Ortalama	Standart Sapma
Muhasebe Verilerinin Doğru ve Güvenilir Olma Durumu	3,3226	1,1072

Tablo-3'e göre, muhasebe meslek mensuplarına göre işletmelere ait muhasebe verilerinin doğru ve güvenilir olma durumu orta düzeydedir. Başka bir ifadeyle işletmelerden gelen

mali bilgilerin tam olarak gerçeği yansıtmadıkları iddia edilebilir. Bu durumda muhasebe bilgilerinin gerçeği yansıtmaması işletmelerin KSS faaliyetlerinde sorunlar yaşamasına neden olabilir.

4.2.2.3. Muhasebenin İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Katkısına Yönelik Frekans Analizleri

Muhasebe meslek mensuplarının muhasebenin KSS uygulamalarına katkısına yönelik frekans analizleri Tablo-4’de verilmiştir.

Tablo-4: Muhasebenin İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Katkısının Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Boyutlar	Ortalama	Standart Sapma	Sıra
Ekonomik Boyuta Katkısı	4,1290	0,7634	2
Yasal Boyuta Katkısı	4,3548	0,6082	1
Ahlaki Boyut Katkısı	3,7419	0,8551	3
Hayırseverlik Boyuta Katkısı	3,1290	1,0244	4

Tablo-4’e göre, muhasebe meslek mensupları muhasebenin, KSS’nin dört temel boyutundan öncelikle yasal ve ekonomik boyuta yüksek düzeyde katkı sağladığını savunmaktadırlar. Muhasebenin ahlaki boyuta katkısı önemlidir fakat bu oran ilk iki boyuta göre daha azdır. Buna karşılık muhasebenin işletmelerin hayırseverlik boyutuna yönelik katkısının orta düzeyde olduğunu düşünmektedirler. Yasal ve ekonomik boyutun ilk iki sırayı alması işletmelerin öncelikli hedeflerinin maddi çıkarlarını gerçekleştirmek ve mevzuat kaynaklı yaptırımlardan korunmak olduğu sonucuna varılabilir. Bu durumda da işletmeler KSS'nin diğer boyutlarını bilerek veya bilmeden daha az itibar etmektedirler.

4.2.3. Ki-Kare Testi

Ki-Kare testi değişkenler arasında ilişkinin olup olmadığını ve ilişki varsa düzeyinin ne derecede olduğunu belirlemek amacıyla uygulanan bir analiz yöntemidir. Bu amaçla, muhasebe meslek mensupları açısından muhasebe verilerinin doğru ve güvenilirliği ile işletmelerin KSS boyutları arasındaki ilişkinin ortaya konulabilmesi için Ki-Kare testinden yararlanılmıştır. Çalışmada Ki-Kare testini ölçebilmek için, aşağıda yer alan hipotezler oluşturulmuştur. Ki-Kare testinden elde edilen bulgular Tablo-5’de sunulmuştur.

H0: Muhasebe meslek mensupları açısından muhasebe verilerinin doğruluğu ve güvenilirliği ile işletmelerin KSS boyutları arasında ilişki yoktur.

H1: Muhasebe meslek mensupları açısından muhasebe verilerinin doğruluğu ve güvenilirliği ile işletmelerin KSS boyutları arasında ilişki vardır.

Tablo 5: Ki-Kare Testi Sonuçları

	Ekonomik Boyut	Yasal Boyut	Ahlaki Boyut	Hayırseverlik Boyut
Muhasebe Verilerinin Doğruluğu ve Güvenilirliği	0,941	0,026*	0,004*	0,181

*<0,05

Tablo-5'e göre H1 yasal ve ahlaki boyut açısından desteklenmektedir. Yani muhasebe meslek mensupları açısından muhasebe verilerinin doğruluğu ve güvenilirliği ile işletmelerin KSS boyutları arasında kısmen ilişki vardır denilebilir. Muhasebe meslek mensupları için önemli olan işletmelerin yasalara göre hareket ederken toplumun ahlaki değerlerini de dikkate almalarıdır.

4.2.4. Kruskal-Wallis Testi

Kruskal-Wallis testi gruplar arası tek yönlü varyans analizinin (One-way ANOVA) parametrik olmayan alternatifidir. Bu analiz sürekli değişkenlere sahip üç ya da daha fazla grup için karşılaştırma yapmayı sağlar (Kalaycı, 2006:106). Değişkenlere ait gruplardaki (yaş, eğitim, çalışma süresi ve mükellef sayısı) veri sayıları 30'un altında olduğu için bu çalışmada aşağıda belirtilen hipotezlerin analiz edilmesi için Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır.

H1: Yaş durumlarına göre muhasebe meslek mensuplarının mükelleflerinin KSS boyutlarına yönelik algılamalarında istatistiksel açıdan fark vardır.

H2: Eğitim durumlarına göre muhasebe meslek mensuplarının mükelleflerinin KSS boyutlarına yönelik algılamalarında istatistiksel açıdan fark vardır.

H3: Çalışma süresine göre muhasebe meslek mensuplarının mükelleflerinin KSS boyutlarına yönelik algılamalarında istatistiksel açıdan fark vardır.

H4: Mükellef sayısına göre muhasebe meslek mensuplarının mükelleflerinin KSS boyutlarına yönelik algılamalarında istatistiksel açıdan fark vardır.

H0: Değişkenler arasında istatistiksel açıdan fark yoktur.

Tablo-6: Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

Değişkenler	Ekonomik Boyut	Yasal Boyut	Ahlaki Boyut	Hayırseverlik Boyut
Yaş	0,602	0,544	0,565	0,825
Eğitim	0,362	0,629	0,231	0,232
Çalışma Süresi	0,497	0,033*	0,012*	0,261
Mükellef Sayısı	0,096	0,029*	0,045*	0,494

*<0,05

Tablo 6'ya göre muhasebe meslek mensuplarının yaş ve eğitim durumlarına göre mükelleflerinin kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarına yönelik algılamalarında istatistiksel açıdan fark yoktur. Başka ifadeyle çalışmada H1 ve H2 desteklenmemektedir. Buna karşın Tablo 6'dan da görüldüğü üzere muhasebe meslek mensuplarının çalışma süresi ve mükellef sayılarına göre mükelleflerinin kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarına yönelik algılamalarında istatistiksel açıdan kısmen fark vardır. Bu farklılık her iki değişken için de yasal ve ahlaki boyutta görülmektedir. Yani H3 ve H4 yasal ve ahlaki boyutlar açısından desteklenmektedir.

Çalışma süreleri arttıkça muhasebe meslek mensuplarının iş deneyimleri de artmaktadır. İş deneyiminin muhasebe meslek mensuplarının mükelleflerinin KSS'ye yönelik değerlendirmelerinde etkili olması beklenilebilir. Muhasebe meslek mensupları için mükellef sayılarının fazla olması önemlidir. Mükellef sayılarını korumak ve arttırmak isteyen muhasebe meslek mensupları hizmet verdikleri işletmelerin KSS'ye yönelik boyutlarını farklı yorumlamaları doğal bir sonuç olarak kabul edilebilir.

5. Sonuç

Günümüzde ticaretin ve bilginin küreselleşmesiyle bazı kavramlar önemli hale gelmiştir. KSS bu kavramlardan biridir. Toplum meydana getiren çevreler (ekonomik, hukuki ve sosyal çevreler gibi) işletmelerden bazı sorumlulukları üstlenmelerini talep etmektedirler. KSS faaliyetleri de işletmelerin paydaşlarından gelen bu taleplere yanıt vermelerini sağlayan konuların başında gelmektedir. İşletmeler KSS'yi tam olarak uygulayabilmek için bazı araçlara ihtiyaçları vardır. Muhasebe bu araçlardan biridir. Çünkü muhasebeden elde edilen bilgiler çok çeşitli paydaşlar tarafından

değerlendirilmektedir. Buna ek olarak muhasebe meslek mensupları işletmelerden gelen bilgileri en doğru şekilde yansıtmaya çalışmaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında muhasebe meslek mensuplarının işletmeleri KSS konusunda değerlendirebilecek ve muhasebe ile KSS arasındaki muhtemel ilişkiyi açıklayabilecek en doğru paydaşlardan biri konumunda olduğu varsayılabilir.

Akhisar ilçesinde faaliyetlerini yürüten muhasebe meslek mensuplarının hizmet verdikleri işletmelerin KSS durumlarını incelendiği bu çalışmada önemli bazı bulgulara ulaşılmıştır. Muhasebe meslek mensuplarına göre hizmet verdikleri işletmeler en çok KSS'nin ekonomik boyutuna önem vermektedirler. Örneğin Akhisar'daki işletmeler için en önemli konu karlılıktır. Bunu sırasıyla üretim maliyetlerini kontrol altında tutmak, uzun vadede kalıcı olmak için planlar yapmak ve ekonomik performansı artırıcı faaliyetleri gerçekleştirmek konuları takip etmektedir. Hayırseverlik boyutuna yönelik faaliyetler ise Akhisar'daki işletmeler için önem derecesinde son sıralarda yer almıştır.

Akhisar'daki muhasebe meslek mensuplarına göre işletmelerin muhasebe verilerinin doğru ve güvenilir olması tartışmalı bir konudur. Bu sorun işletmelerin KSS boyutlarına da olumsuz yansımaktadır. Çünkü işletmelere ait muhasebe verilerinin gerçeği tam olarak yansıtmaması, bu bilgilere göre hareket eden işletmeleri ve işletme paydaşlarının davranışlarını etkileyebilmektedir. Çalışmaya göre muhasebe meslek mensupları açısından muhasebe verilerinin doğruluğu ve güvenilirliği ile işletmelerin KSS yasal ve ahlaki boyutlarında ilişki bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle işletmeler mevzuata uyum sağlamaya çalışmakta ve bunu yaparken ahlaki değerlere itibar etmektedirler. Bu durumun yaşanmasının nedeni işletmelerin itibarlarını korumak ve paydaşlarından gelebilecek yaptırımlardan kaçınmak istemeleri olabilir.

Muhasebe meslek mensuplarına göre muhasebe fonksiyonu en çok KSS'nin ekonomik boyutuna katkı sağlarken en az hayırseverlik boyutuna katkı sağlamaktadır. Bu sonucun nedeni işletmelerin öncelikle maddi örgütlenmeler olduklarının kabul edilmesi olabilir.

Muhasebe meslek mensuplarının hizmet verdikleri işletmelere yönelik KSS algılamalarında yaşları ve eğitimle düzeyleri bir farklılık yaratmamaktadır. Buna karşılık muhasebe meslek mensuplarının çalışma süreleri ve mükellef sayıları işletmelere yönelik KSS algılamalarında kısmen farklılık yaratabilmektedir.

Bu çalışmada, Akhisar ilçesinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının hizmet verdikleri işletmelerin KSS durumlarına yönelik algılamaları ve muhasebenin KSS ile olan ilişkisi dile getirilmeye çalışılmıştır. Uygulama kapsamındaki ilçede muhasebe meslek

mensuplarının sayısının kısıtlı olması nedeniyle çalışmadan elde edilen bulgular tartışmaya açıktır. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda araştırma sahasının genişletilmesi veya benzer çalışmaların yapılması işletmelerin KSS durumları ve muhasebenin KSS ile olan ilişkisi daha ayrıntılı ortaya konulabilir.

Kaynakça

- Argüden, Y. (2002), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", ARGE Danışmanlık Yayınları, No:03, İstanbul,
- Aupperle, K. E., Carroll A. B. ve Hatfield J. D. (1985), "An Emprical Examination of the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Profitability", *Academy of Management Journal*, vol.28, no.2, pp.446-463
- Avrupa Komisyonu (Commission of the European Communities), "Corporate Social Responsibility: Business Contribution to Sustainable Development" http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/february/tradoc_127374.pdf (Erişim Tarihi: 07.04.2011)
- Aydın, B. ve Erdoğan, Z. (2013), "Restoran Yöneticilerinin Sosyal Sorumluluk Algısı, Faaliyetleri ve Beklentileri Üzerine Keşifsel Bir Araştırma", *Social Business@Anadolu International Conference*, 30-31 May 2013, Bildiri Kitabı, ss.109-115
- Beauchamp, L. L. ve O'Connor, A. (2012) "America's Most Admired Companies: A Descriptive Analysis of CEO Corporate Social Responsibility Statements", *Public Relations Review*, vol.38, pp.494-497
- Bebbington, J., ve Gray, R. (2001), "An Account of Sustainability: Failure, Success and a Reconceptualization", (aktaran: Tilt, C. A.), *Critical Perspectives On Accounting*, Vol. 12, No. 5, pp. 557-588.
- Bebbington, J., Gray, R., Hibbit, C., ve Kirk, E. (2001), "Full Cost Accounting: An Agenda for Action", (aktaran: Tilt, C. A.), ACCA, London
- Berruga, B. (2009), "A Guide to CSR in Europe: Country Insights by CSR Europe's National Partner Organizations", CSR Europe Press, October 2009
- Bıçakçı, A. B. (2011), "Halkla İlişkilerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Ölçümü", *Global Media Journal, Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, c.1, s.2, ss.1-30
- Bilen, A. ve Yılmaz, Y. (2014), "Muhasebe Mesleğinde Etik ve Etik İle İlgili Çalışmalar", *Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, c.2, s.6, ss.57-72
- Bir, Ç. S., Suher, İ. K. ve Altınbaşak, İ. (2014), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yönelimi ve İşveren Çekiciliği", *Journal of Yaşar University*, s.4, c.15, ss.2303-2326

- Branco, M. C. ve Rodrigues, L. L. (2007), "Positioning Stakeholder Theory within the Debate on Corporate Social Responsibility", *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies (EJBO)*, vol.12, no.1, pp.5-15
- Carroll, A. B. (1991), "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons*, v. July-August, pp.39-48
- Carroll, A. B. (1999), "Corporate Social Responsibility: Evolution Of A Definitional Construct", *Business and Society*; September, vol.38, no.3, pp.268-295
- Carroll, A. B. (1979), "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", *Academy of Management Review*, vol. 4, pp.497-505
- Chatterji, A. K., Levine, D. I. ve Toffel, M. W. (2009), "How Well Do Social Ratings Actually Measure Corporate Social Responsibility?", *Journal of Economics & Management Strategy*, vol.18, no.1, Spring, pp.125-169
- Cingöz, A. ve Akdoğan, A. A. (2012), "İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Kayseri İlinde Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s.6, c.3, ss.331-349
- Comincioli, N., Poddi, L. ve Vergalli, S. (2012), "Corporate Social Responsibility and Firms Performance: A Stratigraphical Analysis", *Nota Di Lavoro*, Fondazione Eni Enrico Mattei, İtaly, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2132202
- Coşkun, G. (2010), "*Kurumsal Pazarlama ve Sosyal Sorumluluk*", Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- Çelik, Ş. ve Güleç T. C. (2013), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçümü ve İşletme Boyutlarıyla İlişkisi: Üretim Sektörü Uygulaması", *17. Finans Sempozyumu Bildiri Kitabı*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, ss.154-165
- Çetin, M., Çimen, M., Türk, Y. Z., Fedai, T. ve Şahin, B. (2010), "Eczacıların Sosyal Sorumluluk Algıları Üzerine Bir Araştırma", *Gülhane Tıp Dergisi*, s.52, ss.11-17
- Çubuk, D. (2009), "Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Sivil Toplum Kuruluşları Yöneticilerinin Tutumları Üzerine Bir Araştırma", Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Daştan, A. ve Bellikli, U. (2015), "Kurumsal Sosyal sorumluluk ve Muhasebe Etkileşimi: Türkiye'de Kurumsal Yönetim Endeksine Dahil İşletmelerde Bir Araştırma", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, s.10(1), ss.177-208

- Demir, B. (2013), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe", Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, c.2, s.3, ss.225-234
- Deran, A., Savaş İ. ve Fırat E. (2014), "Muhasebe Meslek Mensubu Adaylarının Etiksel Davranış, Kişisel ve Yönetmel Beceri Kriterleri Açısından Değerlendirilmesi", *Elektronik Journal of Vocational Colleges*, Mayıs, ss.42-59
- Deren Van Het Hof, S. (2009), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Şirketlerin ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Anlayışları", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Bahar, s.29, ss.153-183
- Dey, C. (2007), "Developing Silent and Shadow Accounts", (aktaran: Tilt, C. A.), In Unerman, J., Bebbington, J., and O'Dwyer, B. (Eds.), *Sustainability Accounting and Accountability*, Routledge, Abingdon.
- Doane, D. (2004), "Beyond Corporate Social Responsibility: Minnows, Mammoths and Markets", *Futures, Elsevier*, vol.37, pp.215-229
- Ergün, H., Gül K. (2005), "Muhasebe Mesleği Etik Kuralları ve Bu Kuralların Meslek Mensuplarınca Algılanışı", *MUFAD Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı:25, 143-154.
- Ersöz, H.Y. (2007), "Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları", İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 1.basım:İstanbul
- Ertuğrul, F. (2008), "Paydaş Teorisi ve İşletmelerin Paydaşları İle İlişkilerinin Yönetimi", *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, s.11, Temmuz-Aralık, ss.199-223
- Friedman, M. (1970), "The Social Responsibility Of Business Is To Increase Its Profits", *The New York Times Magazine*, September 13, <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>, (Erişim Tarihi: 20.07.2011)
- Gültekin, N. ve Küçük, F. (2004), "Kurum İmajı Açısından Paydaş Memnuniyeti", *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, c.19, s.1, ss.335-347
- Greenfield, W. M. (2004), "In The Name of Corporate Social Responsibility", *Business Horizons*, vol.47, no.1, pp.19-28
- Kaderli, Y. ve Köroğlu Ç. (2014), "İşletmelerde Muhasebe Bilgi Sistemi ile Kurumsal Yönetim Anlayışı Arasındaki İlişki", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Temmuz
- Kalaycı Ş. (2006), "SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri", Asil Yayıncılık, Ankara, 2. baskı
- Korkmaz, S. (2009), "İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları", Umuttepe Yayınları, İstanbul

- Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği, "KSS Türkiye Raporu 2008",
http://kssd.org/wp-content/uploads/2013/03/CSR_Report_in_Turkish.pdf
(Erişim Tarihi: 10.03.2013)
- Küskü, F. ve Zarkada-Fraser, A. (2004), "An Emprical Investigation of Corporate Citizenship in Australia and Turkey", *British Journal of Management*, vol.15, pp. 57-72
- Maignan, I., Ferrell, O. C. (2000), "Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France", *Journal of Business Ethics*, vol.23, no.3, pp.283-297
- Maignan, I. (2001), "Consumers' Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A Cross-Cultural Comparison", *Journal of Business Ethics*, vol.30, no.1, pp.57-72
- Maignan, I. ve Ralston, D. A. (2002), "Corporate Social Responsibility in Europe and the U.S.A: Insights From Businesses' Self-Prentations", *Journal of International Business Studies*, vol.33, no.3, pp.497-514
- Marens, R. (2008), "The Hollowing Out Of Corporate Social Responsibility", *McGeorge Law Review*, vol.39, pp.853-876
- Marrewijk, M.Van (2003), "Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion", *Journal of Business Ethics*, Netherlands, vol.44, pp.95-105
- Mehrabi, J. Gharakhani, D. ve Farahmandian, A. (2012), "The İmpactof Corporate Social Responsibility on Organizational Performance", *Life Science Journal*, vol.9, n.4, pp.2313-2318
- Menteş, A. (2009), "*Kurumsal Yönetişim ve Türkiye Analizi*", Derin Yayınları, İstanbul
- Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği Sıra No:1, (1992), Başbakanlık Mevzuatı Geliştirme yayın Genel Müdürlüğü, s.21447, http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/21447_1.pdf, Erişim tarihi:20.05.2015.
- Okay, S. (2011), "Muhasebe Hata ve Hilelerinin Meslek Etiği Açısından İrdelenmesi", Kahramanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Özalp, İ., Tonus, H. Z. ve Sarıkaya, M. (2008), "İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c.8, s.1, ss.69-84

- Özkol, A.E., Çelik, M. ve Gönen, S. (2005). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu., Muhasebe ve Finansman Dergisi (MUFAD), Sayı: 27: 134-145.
- Porter, M. E. ve Kramer, M. R. (2006), "The Link Between Competitive Advantages and Corporate Social Responsibility", Harvard Business Review, December, <http://www.stockholmresilience.org/download/18.aeea46911a31274279800090883/1381790092816/susannesweet.pdf> (tekrar basım)
- Rahim, M. M. (2013), "Legal Regulation of Corporate Social Responsibility", Springer-Verlag Berlin Heidelberg, First Edition
- Schaller, S. ve Kocks, A., (2007), "The CSR Navigator: Public Policies in Africa, The America, Asia and Europe", eds. Welzel C., Peters A., Höcker U. ve Scholz V., Bertelsmann Stiftung/GTZ, Almanya
- Schwartz, M. S. ve Carroll, A. B. (2003), "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach", Business Ethics Quarterly, vol.13, no.4, pp.503-530
- Sığındı, T. (2013), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına İlişkin Tüketici algılarının Haritalandırma Yöntemi İle İncelenmesi", *International Journal of Social Science*, c.6, s.5, ss.497-513
- Swaen, V. (2002), "Consumers' perceptions, evaluations and reactions to corporate citizenship activities", *15th EMAC Colloquium for Doctoral Students, organized by The European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM)*, The European Marketing Academy (EMAC) and the Universidade Do Minho, May 26-28, Braga, Portekiz
- Şengel, S. (2011), "İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Bir Araştırma, http://iconfesr2011.tolgaerdogan.net-/documents/national_presentation/ul12.pdf (Erişim tarihi:25.12.2014)
- Tilt, C. A. (2010), ""Corporate Responsibility, Accounting and Accountants", Samuel O. Idowu ve Walter Leal Filho (Ed.), "Professionals' Perspectives of Corporate Social Responsibility", pp.11-32, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, Germany
- Türker, D. (2006), "The Impact of Employee Perception of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment: A Scale Development Study", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İngilizce İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Torlak, Ö. (2013), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", Editör: Öztürk M. C., Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:3021

- Weber, M. (2008), "The Business Case For Corporate Social Responsibility: A Company-Level Measurement Approach For CSR", *European Management Journal*, vol.26, pp.247-261
- Wood, D. J. (1990), "*Business and Society*", Harper Collins Publishers, USA
- Varçın, R., Ergün, G., Gülçübuk, B. ve Turan, B. (2013), "*Herkes İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Ulusal İnceleme Raporu*", Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayını, Ankara
- Yamak, S. (2007), "*Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi*", Beta Yayınları, İstanbul
- Yanık, S. ve Türker, İ. (2012), "Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Raporlamasındaki Gelişmeler (Tümleşik Raporlama)", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi, n.47, ss.291-308
- Yıldız, G. (2010), "Muhasebe Mesleğinde Meslek Etiği ve Kayseri İl Merkezinde Bir Uygulama", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, s.38, Ağustos-Aralık, s.166-178

Ek

Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde anketi dolduran kişi ile ilgili sorular, ikinci bölümde ise işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarıyla ilgili sorular yer almaktadır. Anketimize katılanların adları hiçbir şekilde kayda alınmayacaktır. Anket sorularını eksiksiz, doğru ve samimi cevaplamanız çalışmamız açısından son derece önemlidir. Siz katılımcılardan elde edilen bilgiler gizli tutulacak ve araştırmanın amacı dışında hiçbir şekilde kullanılmayacaktır. Çalışmanın sonuçlarıyla ilgilenirseniz sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyarız.

İlgilendiğiniz, destekleriniz ve soruları sabır ve dikkatle yanıtladığınız için teşekkür ederiz.

Yrd.Doç.Dr. Çağrı KÖROĞLU ve Öğr.Gör.Dr. Hüseyin Önlem ERSÖZ

ANKETİ DOLDURAN KİŞİ İLE İLGİLİ BİLGİLER

1. Yaş

- a) 18- 30 b) 31 -40 c) 41- 50 d) 51- 60 e) 61 ve üzeri

2. Cinsiyet

- a) Erkek b) Kadın

2. Eğitim durumu

- a) Lise b) Meslek Yüksekokulu c) Fakülte (Lisans)
d) Yüksek lisans e) Doktora

3. Çalışma süresi

- a) 0-5 yıl arası b) 6-10 yıl arası c) 11-15 yıl arası
d) 16-20 yıl arası e) 21 yıl ve üstü

4. Mükellef Sayıları

- a) 1-20 arası b) 21-40 arası c) 41-60 arası
d) 61-80 arası e) 81-100 f) 101 ve üzeri

KURUMSAL TOPLUMSAL SORUMLULUKLA İLGİLİ SORULAR

1. Aşağıdaki fikirlere ne düzeyde yakınlık duyduğunuzu belirtiniz.

		Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Bence, işletmeler					
1	Karını en üst seviyeye çıkarmaya çalışır	1	2	3	4	5
2	Üretim maliyetlerini sıkı şekilde denetler	1	2	3	4	5
3	Uzun vadeli başarı için planlama yapar	1	2	3	4	5
4	Ekonomik performansını sürekli geliştirir	1	2	3	4	5
5	Çalışanlarının yasalara uygun şekilde davrandıklarını garanti eder.	1	2	3	4	5
6	Sözleşmelerde yer alan zorunluluklara uyar	1	2	3	4	5
7	Performansı artıracığını bilse dahi, yasaları çiğneyecek eylemlerden uzak durur.	1	2	3	4	5
8	Her zaman mevzuata uygun hareket eder.	1	2	3	4	5
9	Ekonomik performansı düşürmesine rağmen gerektiğinde ahlaki davranır	1	2	3	4	5
10	Ahlaki ilkelerin ekonomik performansa göre öncelikli olduğunu garanti eder	1	2	3	4	5
11	Açık şekilde tanımlanmış ,ahlaki ilkelere bağlıdır.	1	2	3	4	5
12	Firma hedeflerine ulaşmak için ahlaki standartlardan ödün verme yolunu seçmez	1	2	3	4	5
13	Sosyal sorunların çözülmesine yardım eder	1	2	3	4	5
14	Kamusal işlerin yönetiminde katkı sağlar	1	2	3	4	5
15	Hayırseverlik işlerine kaynak tahsis eder	1	2	3	4	5
16	Kar elde etmenin ötesinde toplumda bir rolü bulunmaktadır	1	2	3	4	5

2. Aşağıdaki fikirlere ne düzeyde yakınlık duyduğunuzu belirtiniz.

		Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Bence, işletmelerin....					
1	Piyasadaki muhasebe verilerinin doğru ve güvenilir olduğunu düşünüyorum.					

3. Aşağıdaki fikirlere ne düzeyde yakınlık duyduğunuzu belirtiniz.

		Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Muhasebenin işletmelerin hayırseverlik (gönüllü) sorumluluklarına katkısı olduğunu düşünüyorum.					
2.	Muhasebenin işletmelerin ahlaki sorumluluklarına katkısı olduğunu düşünüyorum.					
3.	Muhasebenin işletmelerin yasal sorumluluklarına katkısı olduğunu düşünüyorum.					
4.	Muhasebenin işletmelerin ekonomik sorumluluklarına katkısı olduğunu düşünüyorum.					