

TÜRKİYE'DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNİN RAPORLAMA DÜZEY TESPİTİ

Ahu GENİŞ-GRUBER, Yrd. Doç. Dr.
agruber@etu.edu.tr, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi

Duygu BARHANA
duygubar@hotmail.com, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi

Özet: Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramı tarihsel olarak incelendiğinde eski Yunan Medeniyetine kadar uzanarak Yunan işadamları ve tacirleri için davranış normlarını belirlediği karşımıza çıkmakla beraber özellikle son otuz yıl içerisinde üzerinde tartışılan, akademik araştırmalar yapılan ve literatürde sıklıkla kendini gösteren bir olgudur (Bowen, 1953; Heald, 1970). Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramının ilgi odağı olarak karşımıza çıkmasının ana sebeplerden biri olarak küresel ekonominin büyük şirketler tarafından yönlendirilmeye başlanması gözlenmektedir (Carroll, 1998; Brown ve Dacin, 1997). Ciroları yüksek olan şirketlerin küresel ekonomiye ve sürdürülebilir kalkınmaya olan etkilerinin fark edilmesi KSS'ye olan yaklaşımları değiştirmiştir. Pazarın küreselleşmesi, rekabetin artması, tüketici eğilimlerinin farklılaşması ve zenginleşmesi şirketleri farklılık anlayışına iterken KSS konusunda bilgili ve bu alandaki gelişmeleri takip eden bir kamuoyu oluşmuştur. Bugüne kadar yapılan çalışmalar genellikle gelişmiş ülke ekonomilerinde sürdürülmüş olup tüketiciler açısından ele alınmıştır (Lawrence, 2007; Werther, 2006; Becker-Olsen v.d., 2006; Kotler, 2005). Bu çalışma, KSS yaklaşımını Türkiye'de özel sektör şirketlerinin KSS projeleri bazında durumlarını araştırmak için yapılmıştır. Bir proje süreci birden çok aşamayı kapsadığı için bu çalışmada söz konusu sürecin değerlendirme ve raporlama boyutları ele alınmıştır. Çalışmada Türkiye'de özel sektör şirketleriyle gerçekleştirmek üzere bir anket tasarlanmış ve bu anket sonuçları karşılaştırmalı olarak tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, KSS Raporlaması, KSS Projeleri

EVALUATING THE REPORTING LEVEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROJECTS IN TURKEY

Abstract: Corporate Social Responsibility (CSR) is a term that attracts academic researches and starts being present in the literature in the last three decades, however historically has roots that goes back to ancient Greek Civilization as being the attitude norm-regulator for Greek businessmen and merchants (Bowen, 1953; Heald, 1970). The main reason that CSR has gained a lot of attention lately is that large corporations have started leading the global economy (Carroll, 1998; Brown & Dacin, 1997). Realization of the effect of high revenue corporations on global economy and on sustainable development has modified the attitude towards CSR concept. The globalization of markets, increased competition and diversification of consumer trends have resulted a high level of CSR awareness. Researches conducted in this area have mainly focused on developed countries analyzing the consumer aspect (Lawrence, 2007; Werther, 2006; Becker-Olsen et al., 2006; Kotler, 2005). This study aims to analyze the CSR approach in Turkey and display current situation of private sector corporations on the basis of CSR projects. Since a project process composes various stages, evaluation and reporting stages of projects are undertaken in this study. A tailor-made survey has been developed and conducted and the results are discussed comparatively.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Reporting, CSR Projects

1. GİRİŞ

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramı tarihsel olarak incelendiğinde eski Yunan Medeniyetine kadar uzanarak Yunan işadamları ve tacirleri için davranış normlarını belirlediği karşımıza çıkmakla beraber özellikle son otuz yıl içerisinde üzerinde tartışılan, akademik araştırmalar yapılan ve literatürde sıklıkla kendini gösteren bir olgudur (Bowen, 1953; Heald, 1970). Artan bir ivme ile hızlanan küresel rekabet ortamı içinde şirketlerin kitlelerin gözünde olumlu bir imaj oluşturma yolunda kullandıkları ilk adım olarak "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri" görülmektedir.

Sosyal sorumluluk, tüm bireylerin ve yönetimlerin içinde yaşadıkları toplumun yaşam kalitesini iyileştirebilmek için kendi çalışanları ve onların aileleri, yerel halk ve bütün toplumla birlikte sürdürülebilir bir dünya için ekonomik, çevresel, kültürel ve sosyal gelişmeye destek verme sorumluluğudur. İş dünyası da toplumun ekonomik, politik, sosyal ve doğal çevresini etkilediği için gerçekleştirdiği her türlü faaliyet tartışma konusu olmaktadır. KSS iş dünyasının alacağı her kararın ve uygulayacağı her faaliyetin sosyal paydaşlarına olan etkilerini göz önüne alması gereken bir kavram olarak bu tartışmaların merkezinde yer almaktadır.

Bu çalışma içerisinde KSS, gerçekleştirilen projelerin etkinliğinin değerlendirilmesi yoluyla topluma hizmet ve katma değer sağlama amacının gerçekleştirilip denetlenmesi ve paydaşlara raporlar aracılığıyla sunulması açısından ele alınmış olup sonuçları literatür taramasından elde edilen bilgiler ve çalışma kapsamında tasarlanan anket sonuçlarının değerlendirilmesinin bir sentezinden oluşmaktadır. Literatür taramasında KSS kavramının teorik altyapısı ve tarihsel gelişimi, KSS düzeyleri, etik kavramı ile iş etiği ve kurumsal sosyal sorumluluk ilişkisi incelenmiştir. İkinci bölümde KSS projelerinin ölçme-değerlendirme-raporlama düzeyleri ile alakalı olarak tamamlayıcı araştırma yöntemi olarak geliştirilen anket bulguları istatistiksel analize tabi tutularak sonuçları değerlendirilmiştir. Bu çalışma iki açıdan literatüre katkı sağlamaktadır; şirketlerin KSS proje ve faaliyetleri konusunda bilgi vermesinin yanında, bu konuya olan yaklaşımlarının durum tespiti analizi yapması açısından önemlidir.

II. LİTERATÜR TARAMASI

Kurumsal sosyal sorumluluk işletmelerin topluma olan etkilerini iyileştirmek amaçlı bir yaklaşımla ticari politikalara ve uygulamalara, sosyal ve çevresel konuların entegre edilmesidir (Ersöz, 2007). Bu bağlamda KSS, bir işletmenin insanları, toplumu ve çevreyi etkileyen her hareketinden sorumlu tutulması gerekliliği olarak karşımıza çıkar (Lawrence v.d., 2007).

Literatürde Brown ve Dacin (1997) ile organizasyonlara ekonomik dışında toplumsal rollerinde yüklenmesi akımı ile başlayan ve Carroll (1998) tarafından "Kurumsal Vatandaşlık" kavramının dört boyutu ile zenginleşen KSS aynı zamanda etik ve yardımseverlik yaklaşımları ile anlatılmıştır (Lantos v.d., 2001; Gössling, 2007). Martin (2002) ise yasaların ötesinde gönüllülük esasına dayalı olarak paydaşlara fayda sağlayacak faaliyetlerde bulunma olarak tanımlanarak KSS Piramidindeki ilk iki boyutun işletmelerin sosyal sorumluluk düzeyleri olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir.

Uluslararası Ticaret Odası, kurumsal sosyal sorumluluğu "iş dünyasının faaliyetlerini sorumlu biçimde yöneteceğine ilişkin gönüllü taahhütü", Uluslararası İşveren Örgütü (IOE) ise "işletmelerin sosyal ve çevresel konuları iş faaliyetlerine ve paydaşlarıyla etkileşimlerine entegre eden gönüllü girişimciler" olarak tanımlamaktadır (Ersöz, 2007). Sürdürülebilir Kalkınma Dünya İş Konseyi, kurumsal sosyal sorumluluğu, sürdürülebilir kalkınmaya işletmelerin desteği, yardımı olarak nitelendirmektedir. Konsey için KSS yasal ve örgütsel gerekliliklerin üzerindeki tutum ve davranışları ifade etmektedir.

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı kurumsal sosyal sorumluluğu, işletmelerin bir toplumun ihtiyaçları ve amaçlarıyla ne derece ilgili olduğu açısından ele alarak tüm sosyal grupların kendi sosyal değişimleri ve evrimleriyle zamanı değiştirebilmek için, belirgin rollerin ve işlevlerin yerine getirilmesinin beklenmesi olarak tanımlamıştır (Aktan ve Börü, 2006). Avrupa Birliği ise 2001 yılında çıkardığı Yeşil Kitap'ta kurumsal sosyal sorumluluğu, gönüllülük esasına dayalı olarak tüm işletmelerin ticari faaliyetleri ve paydaşlarına olan etkileşimlerini sosyal ve çevresel sorunlarla bütünleştirmesi olarak tanımlamıştır.

II. 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kurucu İlkeleri

İşletmelerin toplumdaki genişleyen rolüyle birlikte ortaya çıkan iki ilke 20. Yüzyıl boyunca işletmelerin sosyal sorumluluğa bakışını şekillendirmiş ve modern kurumsal sosyal sorumluluk fikrinin temel taşlarını oluşturmuştur. Bu ilkeler Hayırseverlik İlkesi ve Yönetim İlkesi olarak literatüre geçmiş ve şirketin faaliyetlerinden etkilenen tüm gruplarla etkileşim içinde olmayan şirketlerin toplum tarafından kabul görmeyeceği tezine dayanan paydaşların yönetimi modern teorisi doğmuştur (Lawrence v.d., 2007). 21. Yüzyılda KSS, beş farklı trend ile önemini artırmaya devam etmiştir; Refah düzeyinin yükselmesi, Değişen sosyal beklentiler, Küreselleşme ve bilginin serbest dolaşımı, Ekolojik sürdürülebilirlik ve Özel sektörün büyüyen rolü. 2005 yılında McKinsey tarafından üst düzey yöneticiler ile yapılan global bir araştırmaya göre, yöneticilerin %84'ü büyük işletmelerin yatırımcılarına yüksek geri dönüşler sağlaması gerektiğini ancak bunu geniş halk kesimlerine bir takım yardımlarla da dengelemesi gerektiğini düşünmektedir. %16'sı ise tüm kural ve düzenlemelere uymak koşuluyla yatırımcılara mümkün olan en yüksek getiriyi sağlamak üzerine yoğunlaşılması gerektiğini belirtmişlerdir. Gelişmiş ülkelerde yapılan çalışmalarda KSS faaliyetlerinin, kuruluşların ünlerini, karlılık derecelerini ve finansal göstergelerini, maliyetlerini, kuruluş değerini, yatırımcılarını, tedarikçilerini, var olan potansiyel insan kaynaklarını, sivil toplum örgütleri ve devletle olan ilişkilerini doğrudan etkilediği ortaya çıkmıştır (Brammer ve Millington, 2005). KSS uygulamaları ile kurumsal güç ve sorumluluğun dengelenmesi, işletmeye uzun dönem kar sağlanması, şirketin değer ve itibarının artması, işletmelerin yol açtığı sosyal problemlerin düzeltilmesi beklenirken KSS karşıtı görüşler ise ekonomik etkinliğin azalacağı, rakipler arasında eşit olmayan maliyetlerin yaratılacağı, hissedarlara saklı maliyetler getireceği, işletmelerin yoksun olduğu becerileri gerektireceğini savunur.

II.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeyleri

1979 yılında Carroll tarafından ortaya atılan KSS bölümlenmesinde her bileşenin belirli bir ağırlığı olduğu iddia edilmiştir. 1985 yılında yapılan nicel bir araştırma ile bu ağırlıkların doğruluğu tespit edilmiş ve kuruluşlar ağırlık sırası ile ekonomik, hukuki (yasal), etik, gönüllü sorumluluklar olarak sıralanmıştır (Aupperle, 1985). 1979 yılında Carroll tarafından ortaya atılan KSS modeli 1991 yılında yine Carroll tarafından geliştirilerek KSS piramidi olarak literatüre girmiştir.

II.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

KSS projeleri, bir şirketi ya da markayı ilgili bir sosyal amaç ya da soruna, karşılıklı fayda sağlamak üzere bağlayan stratejik konumlandırma ve pazarlama aracıdır. KSS projeleri, markayı güçlendirmek, şirketin itibarını ve saygınlığını arttırmak için kullanılan ve tüketici algısında sosyal amaçlarla bağdaştırılan, çalıştıkları sosyal konuya süreklilik kazandıran projelerdir (Pringle v.d., 2000). Gelişmekte olan ülkelerde tercih edilen sosyal sorumluluk girişimleri özellikle toplumun yenilikleri benimsemesine yardımcı olmak ve gelişmelere öncülük etmek için belirlenen konuları yönelik yapılmaktadır. Sosyal fayda sağlamak amacına yönelik gerçekleştirilen projelerin dikkatli ve planlı bir şekilde

sürece tabi tutulmaları gerekmektedir. Farkındalık yaratılmak istenen sosyal konunun seçiminde dikkat edilmesi gereken hususlar olarak; İşletmenin faaliyet gösterdiği alanda öncelikli ve toplumun ilgi gösterdiği sosyal meselelerin seçilmesi, misyon, değer, ürün ve hizmetlerle sinerjiye sahip konuların seçilmesi, iş amaçlarını destekleme potansiyeli olan sosyal meselelerin seçilmesi, kilit noktalarda bulunan grupların ilgilendiği sosyal sorunların seçilmesi, uzun süre desteklenebilecek sorunların seçilmesi sayılabilir.

KSS projelerinin uygulanma sürecinde ise olası proje fikirlerinin değerlendirilmesi ve uygun proje fikrinin seçilmesi, kreatif brif'in hazırlanması, uygun ortağın seçilmesi, projenin hayata geçirilmesi ve takibi, projenin sonuçlarını ölçme, değerlendirme ve raporlanması gerekmektedir. KSS ölçüm yöntemi olarak Kotler Yaklaşımına göre, proje ile elde edilen iş amaç ve hedefleriyle bağlantılı sonuçlar, birçok farklı faktörün takip ve raporlanmasını gerektirmektedir. Bunlar; kurum imajında iyileşme, güçlü paydaş algılamaları, operasyon maliyetinde azalma, artan çalışan tatmini, çalışanların işe alınma ve ayrılma hızlarına ilişkin masraflarda azalma, yönetmelik hatalarında azalma, çevresel ve toplumsal etki yönergelerine uyma sonucunda kazanılan teşvik ve desteklerdir. Ayrıca pazarlama amaçlarıyla ilintili sonuçlar da tüketicilerin şirketin projeye ilişkisinin farkındalık düzeyinin takip ve raporlanmasını içermektedir (Lee v.d., 2005).

II.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlanması

2005 yılında KPMG tarafından hazırlanan Uluslararası Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlama Araştırması'na göre şirketlerin KSS global raporların %70'i sosyal, çevresel ve ekonomik faktörlerin tamamını kapsayacak şekilde hazırlandığı tespit edilmiştir. Şirketler rapor yayınlamalarının ardında yatan motivasyonu %74'ü ekonomik, %53'ü etik, %40'ı paydaşlarla iletişim olarak göstermişlerdir. Aynı araştırmada sosyal raporlama oranlarında Japonya %80 ve İngiltere %71 oranla başı çekmişlerdir.

Şirketler sosyal sorumluluk raporlarının yanı sıra, paydaşlarla sağlıklı iletişimi sağlamak için Kurumsal Karne (Balanced Scorecard), Üçlü Performans Raporlaması (Triple Bottom Line) gibi farklı raporlama metotları da kullanmaktadır.

III. TÜRKİYE'DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

KSS kavramı, dünyada sürdürülebilir kalkınma kavramının sıkça telaffuz edilmesi ile eş zamanlı olarak popülerlik kazanmıştır. İş dünyası sürdürülebilir kalkınmanın sadece kamu sektörü ve sivil toplum kuruluşlarının ilgi alanı olmadığını ve kendilerinin de finansal sürdürülebilirliklerine ek olarak, kaynakların sürdürülebilirliği ve insani kalkınma için aktif rol almak üzere hızla harekete geçmeleri gerektiğinin bilincine varmıştır (Göçenoğlu v.d., 2008).

Türkiye'deki KSS uygulamaları Osmanlı İmparatorluğu dönemine kadar uzanmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nda vakıf kavramı eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik gibi kamu hizmetlerinin temel kurumsal mekanizmasını oluşturmaktadır. Bugün Türkiye'deki pek çok aile holdingi bir vakfa sahiptir. Toplumun şirketlerden beklentisi tarihsel vakıf felsefesi etrafında şekillenmekte ve sosyal sorumluluk, şirketlerin bağışları ve hayırseverlik faaliyetleri ile eş değer algılanmaktadır (Bikmen, 2003).

Globescan tarafından 20 ülkede yapılan KSS araştırmasında, bir şirketin sosyal sorumlu olarak değerlendirilebilmesi için ele alması gereken en önemli konunun ne olduğu sorulmuştur. Araştırma sonuçlarında, ABD, Fransa, İsviçre, İtalya, Filipinler ve Latin Amerika ülkelerinde çalışanlar ile iyi ilişkiler; Kanada, İngiltere, Avustralya ve Endonezya'da çevrenin korunması; Güney Afrika ve Güney Kore'de iş aktivitelerinin gerçekleştiği topluma katkı sağlamak; Rusya, Çin ve Hindistan'da ürün kalitesi ve güvenliği ve Almanya'da iş yaratma ve ekonomiyi destekleme en önemli unsurlar olarak karşımıza çıkarken Türkiye'de hayırsever bağışlar bir şirketin sosyal sorumlu olarak değerlendirilmesi için yeterli görülmektedir.

KSS, yardımseverlik anlayışı ile iş yapılması arasında bir yer bulma arayışıdır. Şirketlerin pozitif dinamikler yaratmaya zorlayacak daha geniş ekonomik ve sosyal roller oynamaları sağlanmalıdır. Eğitimin kurumsal gündemin ilk konusu olmasının yanında işsizlik, etik davranışlar, sosyal güvenlik ve sağlık konuları da şirketler tarafından önemsenmektedir (Göçenoğlu v.d., 2008).

IV. METODOLOJİ

Bu çalışma hem keşfedici hem de tanımlayıcı boyutları içermektedir. Keşfedici araştırma modeline uygun olarak, tanımlayıcı araştırmada kullanılacak değişkenleri belirlemek ve çalışma sonuçlarını literatürde var olan diğer araştırma sonuçlarıyla ilişkilendirmek için literatür taraması yapılmıştır. Literatür taramasından sonra ise çalışmanın tamamlayıcı kısmına uygun olarak anket geliştirilmiştir.

IV.1. Veri toplama yöntemi

Araştırmada veri toplamak için birincil ve ikincil kaynaklar kullanılmıştır. Birincil veri toplama aracı, yapılandırılmış soru formu oluşturularak şirketlerin KSS projeleri ile ilgilenen bölümlere gönderilmiştir. 55 özel sektör şirketine gönderilen anketlerin 39 tanesinden geri dönüş sağlanmıştır. Araştırmanın ana kütlesini, Türkiye'de faaliyet gösteren ve KSS projeleri gerçekleştiren özel şirketler oluşturmıştır. Yargısal örnekleme ve kolayda örnekleme yöntemleri kullanılarak elde edilen cevaplar araştırma nominal, sıralı, aralık ve sıralı-aralık ölçek kullanımı ile analiz edilmiştir. Ölçek, beşli cevap kategorisinden oluşan Likert Tipi Ölçek şeklinde hazırlanmış olup "kesinlikle katılıyorum" 5,



"kesinlikle katılmıyorum" 1 puan verilerek yapılmıştır. Ölçekten alınan puanların yüksekliği cevaplayanın ilgili yargıya ilişkin algılamasının olumlu yönde olduğunu; alınan puanın düşüklüğü ise tam tersi durumu ifade etmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, kurumsal yönetimle ve kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle ilgili genel bilgilerin yanı sıra çalışanların şirketlerinin etik anlayışları ve gerçekleştirdikleri projelerle ilgili yaklaşımlarını ortaya koymak için düzenlenmiş 22 sorudan oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümü ise KSS raporlaması yaptıklarını belirten cevaplayıcıların yanıtlaması için hazırlanmış ve raporların içerikleri ile ilgili 7 sorudan oluşmaktadır.

Anket yoluyla toplanan verilerin cevaplayıcıdan ve uygulayıcıdan kaynaklanan hatalardan arındırılması için soru kağıdı kontrolü yapılmış, verinin kodlanması aşamasında sorulara verilen cevaplar kantitatif analize uygun hale getirilmiştir. Araştırmanın sonunda elde edilen veriler SPSS Statistics 17.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Nominal değişkenler için frekanslar ve aralıklı değişkenler için ise tamamlayıcı analizler uygulanmıştır. Hipotez analizi ise Çapraz tablolar ve Ki-Kare testleri ile yapılmıştır. Tüm analizler 0,05 istatistiksel anlamlılık düzeyinde gerçekleştirilmiş, güvenlilik analizi için Cronbach Alpha değeri 0,06 ve üzeri kabul edilmiştir.

IV.2.Hipotezler

Araştırmada test edilmek üzere geliştirilen hipotezler;

H1: Şirketlerin KSS projelerini yürütme süresi, raporlama yapma oranı üzerinde etkilidir.

H2: Projenin etkinlik ölçümü için uzman bir kuruluşla çalışma oranı, kurum içi kayıt sistemine sahip olma oranı üzerinde etkilidir.

H3: Şirketlerde çalışanlarla KSS ile ilgili koordinasyon sağlama oranı, çalışanların konuyla ilgili memnuniyet düzeyleri üzerinde etkilidir.

H4: Şirketlerin KSS raporu hazırlama sıklığı, KSS raporlarını hazırlamada dış denetimden istifade etme oranı üzerinde etkilidir.

H5: Şirketlerin KSS projelerini uyguladıkları alan ve SS konusunda ödül alma oranları arasında bağlantı vardır.

IV.3.Bulgular

Hipotez 1'in test edilmesi;

Tablo 1: Hipotez 1 İçin Ki-Kare Testi
Chi-SquareTests

	Value	df	Asymp.Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.197 ^a	4	.007
Likelihood Ratio	18.348	4	.001
Linear-by-Linear Association	11.179	1	.001
N of Valid Cases	35		

9 cells (90.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.26.

Kaynak: SPSS Programı 17.0

Tablo 2: Hipotez 1 İçin Simetrik Ölçümler
SymmetricMeasures

	Value	Approx. Sig.
Nominal byPhi	.637	.007
Nominal Cramer's V	.637	.007
N of Valid Cases	35	

Kaynak: SPSS Programı 17.0

Hipotez 1'in sonuçları, süre ve raporlama yapma oranı arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir ($\chi^2=14,197$; $p=0,007$). Cramer's V değeri ,se 0,637 olduğu için söz konusu ilişkinin orta düzeyde olduğu söylenebilir.

Hipotez 2'nin test edilmesi;

Tablo 3: Hipotez 2 İçin Ki-Kare Testi
Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp.Sig. (2-sided)	ExactSig. (2- sided)	ExactSig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.229 ^a	1	.632		
Continuity Correction ^b	.013	1	.909		
Likelihood Ratio	.229	1	.632		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	.223	1	.637	.725	.454
N of Valid Cases	35				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.34.

b. Computed only for a 2x2 table

Kaynak: SPSS Programı 17.0

Tablo 4: Hipotez 2 İçin Simetrik Ölçümler
Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Phi	-.081	.632
Nominal Cramer's V	.081	.632
N of Valid Cases	35	

Kaynak: SPSS Programı 17.0

Hipotez 2'nin analiz sonuçları, etkinlik ölçümü için uzman bir kuruluşla çalışma ve kurum içi kayıt sistemi sahip olma arasında ilişki bulunmadığını ortaya koymaktadır ($\chi^2 = 0,229$; $p = 0,632 > 0,05$). Hipotez 2 reddedilmiştir.

Hipotez 3'ün test edilmesi;

Tablo 5: Hipotez 3 İçin Ki-Kare Testi
Chi-Square Test

	Value	Df	Asymp.Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.226a	4	.001
Likelihood Ratio	22.815	4	.000
Linear-by-Linear Association	15.530	1	.000
N of Valid Cases	35		

a. 6 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .34.

Kaynak: SPSS Programı 17.0

Tablo 6: Hipotez 3 İçin Simetrik Ölçümler
Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Phi	.741	.001
Nominal Cramer's V	.524	.001
N of Valid Cases	35	

Kaynak: SPSS Programı 17.0

Hipotez 3'ün sonuçları, çalışanlarla koordinasyon sağlama ve çalışan memnuniyet düzeyi arasında ilişki olduğunu ortaya koymaktadır ($\chi^2 = 19,226$; $p = 0,001 < 0,05$). Cramer's V değeri ise 0,524 olduğundan, söz konusu ilişki orta düzeyde önemli ve güçlü bir ilişkidir.

Hipotez 4'ün test edilmesi;

Tablo 7: Hipotez 4 için Ki-Kare Testi
Chi-Square Test

	Value	Df	Asymp.Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.573 ^a	4	.334
Likelihood Ratio	4.274	4	.370
Linear-by-Linear Association	1.517	1	.218
N of Valid Cases	24		

a. 7 cells (77.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21.
Kaynak: SPSS Programı 17.0

Tablo 8: Hipotez 4 için Simetrik Ölçümler
Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Phi	.437	.334
Nominal Cramer's V	.309	.334
N of Valid Cases	24	

Kaynak: SPSS Programı 17.0

Hipotez 4'ün analizi, KSS rapor hazırlama sıklığı ve raporların hazırlanmasında dış denetimden istifade etme arasında bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur ($\chi^2=4,573$; $p=0,334$). Hipotez reddedilmiştir.
Hipotez 5'in test edilmesi;

Tablo 9: S56*ALAN Crosstabulation

			KSS ALAN						Total
			Kültür Sanat	Toplum	Spor	Eğiti m	Çevre	Sağlık	
KSS Proje Ödülü	Evet	Count % within \$ALAN	7 58.3%	9 81.8%	3 30.0%	12 50.0%	14 77.8%	8 88.9%	18
	Hayır	Count % within \$ALAN	5 41.7%	2 18.2%	6 60.0%	10 41.7%	4 22.2%	0 .0%	15
	Bilgim yok	Count % within \$ALAN	0 .0%	0 .0%	1 10.0%	2 8.3%	0 .0%	1 11.1%	2
Total		Count	12	11	10	24	18	9	35

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Kaynak: SPSS Programı 17.0

Sağlık alanında KSS projeleri gerçekleştiren şirketlerin %88,9'u ve toplum alanında KSS projeleri gerçekleştiren şirketlerin %81,8'i projelerden ötürü ödül almıştır. Spor alanında proje gerçekleştiren şirketler ise %30 ile son sırada yer almaktadır. Dolayısı ile bir şirkete KSS konusunda gerçekleştirdiği faaliyetlerden ötürü ödül vermek pek çok farklı kritere bağlı olsa da analizden elde edilen sonuçlara göre sağlık alanında KSS projeleri gerçekleştiren şirketlerin daha yüksek oranda ödül aldığı söylenebilir.

Yapılan analiz sonuçlarına göre, araştırmanın başında formüle edilen 5 hipotezden 2 tanesi (H2 ve H4) reddedilmiştir.

V. SONUÇ

KSS kavramının özellikle son yıllarda öne çıkmasının altında işletmelerin sürdürülebilir başarısına katkı sağlamada önemli bir unsur olması, globalleşen dünyada artan gelir eşitsizliği ve kıt kaynakların kullanılmaması sonucu ortaya çıkan sosyal problemlere işletmelerin çözüm bulma kapasitelerinin farkına varılması ve dolayısıyla sosyal sorumluluğun şirketlerden talep edilir hale gelmesi etkin rol oynamıştır. Bu çalışmada da, KSS'nin bahsedilen kritik öneminden ve önümüzdeki yıllarda daha çok uygulanacak ve tartışılacak olması öngörüsünden doğmuştur. Türkiye KSS konusunda hayırseverlik ve toplumsal projeler şeklinde uyguladığı KSS uygulamaları ile zenginlik göstermektedir. KSS'nin karşılaştırmalı avantajlar yaratan, yeni ürün ve hizmetlerin inovasyonu, yeni pazarların

oluşturulması, yeni iş modellerini geliştirilmesi, çevre ve çalışan haklarına ilişkin risklerin en aza indirilmesi gibi bir araç olduğu farkındalığı son zamanlarda artmıştır.

KSS projelerinin sürdürülebilir ve sosyal sorunlarla tutarlı olması konulan hedeflere ulaşılması gerekmektedir. Şirketlerin girişimlerini paydaşlarıyla açık ve şeffaf bir şekilde paylaşmalarına olanak tanıyan KSS/Sürdürülebilirlik raporları her geçen gün daha fazla şirket tarafından yayınlanmaktadır. Buna karşın rapor denetim araçlarından ve sosyal performans denetim mekanizmalarından yararlanan şirket sayısı kısıtlıdır. Bu anlamda iş dünyasının liderliği ve KSS alanında çalışan kurumların oluşturulması ve paydaşlarla diyalogun sağlanması gerçekleştirilen girişimler arasındadır. KSS uygulamalarının geliştirilmesi için gerçekleştirilen girişimler arasında Avrupa Birliği tarafından fon sağlanan ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Fonu ile ortaklaşa yürütülen "Yeni AB üyesi ve Aday Ülkelerde Uyum, Rekabet ve Sosyal Birlik Aracı Olarak KSS Uygulamalarını Hızlandırma Projesi" ve Küresel İlkeler Sözleşmesi bulunmaktadır. UNDP-Türkiye 2002 yılından beri Küresel İlkeler Sözleşmesi yoluyla Türkiye'de KSS uygulamalarını teşvik etme konusunda öncü rol üstlenmektedir.

KSS projelerinin toplumun refah seviyesini arttırmak amacı ile yapıldığından projenin hedeflene amaçlarına ulaşım ulaşılmadığından ölçülmesi açısından bir problematik teşkil edebilir. Ölçümler sonucunda elde edilen bulgular daha sonra gerçekleştirilmesi düşünülen projelere temel teşkil etmesi açısından kayıt altına alınmalıdır. Ancak bu çalışmada ele alınan KSS raporlarının düzeylerin tespiti analizi sonuçları göstermektedir ki, araştırmaya katılan şirketlerin çoğunun kurum içi kayıt sistemi mevcut değildir. Toplum tarafından samimiyeti, sürdürülebilirliği ve güvenilebilirliği sorgulanan KSS uygulamaları şirket açısından sadece bir reklam aracı olarak değil, hesap verebilirlik sistemi olarak algılanmalıdır. Ayrıca araştırma sonucunda çıkan başka bir nokta da, KSS ile ilgili karar alınması ve uygulanması süreçlerinde çalışanlarla koordinasyon sağlanması sürecin daha verimli geçmesi üzerinde pozitif etki yaratmaktadır. KSS'un iş strateji ve süreçlerine entegrasyonu, KSS projeleri gerçekleştirme konusunda tam destek, çalışanları mümkün olduğunca projelere dahil etmek ve yüreklendirmek konusunda rol model olmak şirket üst yönetiminin başlıca görevi olmalıdır.

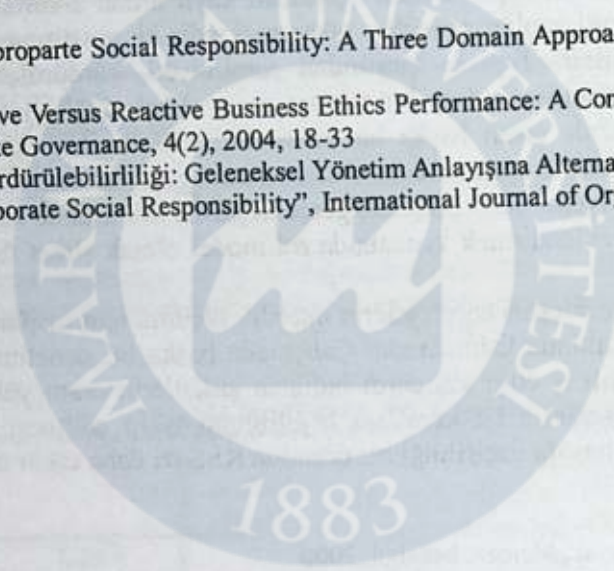
Bu çalışmada ortaya konduğu üzere gerçekleştirilen projelerin etkinlik ölçümü için uzman bir kuruluşla çalışma oranı, KSS raporlaması yapan şirket oranının altında kalmaktadır. Çalışmada başka bir denetim eksikliği bulunan konu ise, şirketlerin etik stratejileri olmuştur. Yazılı iş etiği standardı bulunan şirketlerin oranı yüksek olsa da, etik strateji ve kurallarının etkisinin ölçülmesi ve çalışanların bu kurallara bağlılığının takip edilmesi konusunda boşluklar ortaya çıkmaktadır. İş etiği kurallarının düzgün hayata geçirildiği bir ortamda KSS da daha etkili uygulanabilecektir.

KAYNAKÇA

- Aktan, C.,Börü, D. Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Mercek, İstanbul, 2006
- Atayman, V. Etik, İstanbul, Donkişot Yayınları, 2005
- Aydın, İ., Yönetmelik Mesleki ve Örgütsel Etik, Ankara, Pegem Akademi Yayıncılık, 2001
- Baron, D., Business and its Environment, New Jersey:PrenticeHall, 2nd Edition, 1996
- Barutçu H., Sorumluluklar ve Paylaşımlar Üzerine, İstanbul; Boyut, 2009
- Bowen, H.,Social Responsibility of the Businessman, New York:Harper, 1953
- Bozkurt, V., Küreselleşmenin İnsani Yüzü, İstanbul; Alfa, 2000
- Daft, R., Management, USA:Thomson South Western West, 2003
- Eren, E., Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul:Beta, 2000
- Ersöz, H.Y., Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları, İstanbul:İTO, 2007
- Gatewood, R.D.,Talor, R., Ferrell, OC., Management: Comparision, Analysis and Application, USA:AustenPress, 1994
- Griffin, R., Ebert, R., Business, 5th Edition, USA: PrenticeHall, 1999
- Heald, M.,The Social Responsibility of Business: Company andCommunity, 1900-1960, Cleveland: Case Western ReservePress, 1970
- Kağıncıoğlu, D., Endüstri İlişkileri Boyutuyla Sosyal Sorumluluk, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 2007
- Kotler, P., Lee, N., Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for your Company and Your Cause, New Jersey: John, 2005
- Kropotkin, P., Etik, 1. Baskı, İstanbul:Öteki, 2007
- Lawrence, A. &Weber, J., Business and Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy, New York: McGrawHill, 2007
- Lozano, J.,Albareda, L. Ysa, T., Roscher, H., Governments and Corporate Social Responsibility, Public Policies Beyond Regulation and Voluntary Compliance, New York: PalgraveMacMillan, 2008
- Özgener, Ş., İş Ahlakının Temelleri:Yönetmelik bir Yaklaşım, İstanbul:Nobel, 2004
- Pringle, H. Thompson, M., Marka Ruhu, İstanbul:Skala, 2000
- Tierney, E., İş Ahlakı, İstanbul:Rota Yayınları, 1997
- Torlak, Ö., Pazarlama Ahlakı, İstanbul:Beta Basım Yayın, 2006
- Ural, T., Yükselen, C., İşletme ve Pazarlama Etiği, Ankara: Detay Yayıncılık,2003
- Ülgen, H.,Mirze, K., İşletmelerde Stratejik Yönetim, 2.Baskı, İstanbul: Literatür Yayıncılık, 2004
- Velasquez, M., Business Ethics Concepts and Cases, 5th Edition, New Jersey: PrenticeHall, 2002
- Werther, W.,Chandler, D., Strategic Corporate Social Responsibility, Stakeholders in a Global Environment, California:Sage Publications, 2006



- Abdioğlu, H., Meydan, C., "Sosyal Denetim Süreci, Modelleri ve Raporlama Yaklaşımları", Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi 3(2), 2006, 27-68
- Ararat, M., Uğur, M., "Corporate Governance in Turkey: An Overview and Some Policy Recommendations", Corporate Governance, 3(1), 2003, 58-75
- Becker-Olsen, K., Cudmore, A., Hill, R.P., "The Impact of Percieved Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior", Journal of Business Research, 59(1), 2006, 46-53
- Bikmen, F., "Coprporate Philantropy in Turkey: Building on Tradition, Adapting to Change", SEAL-Social Economy and Law Project Journal 2, 2003
- Brammer, S., Millington, A., "Coprporate Reputation and Philantrophy: An Empirical Analysis", Journal of Business Ethics, 61(1), 2005, 29-44
- Brown, T.J., Dacin, P.A., "The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses", Journal of Marketing, 61 (January), 1997, 68-84
- Carroll, A. B., "The Four Faces of Corporate Citizenship", Business and Society Review, 100(1), 1998, 1-7
- Hemmingway, C.A., MacLagan, P., "Managers' Personal Values as Drivers of Corporate Social Responsibility", Journal of Business Ethics, 50(1), 2004, 33-44
- Driscoll, D.M., Murphy, J.E., "Business Ethics and Compliance: What Management is Doing and Why", Business and Social Review, 99(1), 1998, 35-51
- Schwartz, M.S., Carroll, A., "Coprporate Social Responsibility: A Three Domain Approaché", Business Ethics Qaurterly, 13(4), 2003, 503-512
- Svensson, G., Wood, G., "Proactive Versus Reactive Business Ethics Performance: A Conceptual Framework of Profile Analysis and Case Illustrations", Copropate Governance, 4(2), 2004, 18-33
- Tokgöz, N., Önce, S., "Şirket Sürdürülebilirliği: Geleneksel Yönetim Anlayışına Alternatif", İİBF Dergisi, 6(1), 249-272
- Windsor, D., "The Future of Corporate Social Responsibility", International Journal of Organizational Analysis, 9(3), 2001, 4



MARMARA
ÜNİVERSİTESİ