



**International**  
**SOCIAL SCIENCES**  
**STUDIES JOURNAL**



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

*Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences*

**Vol:5, Issue:41**  
sssjournal.com

**pp.4357-4363**  
**ISSN:2587-1587**

**2019**  
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 01/07/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 30/08/2019  
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 30.08.2019

## **KOBİ YÖNETİCİLERİNİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUKLARININ KARŞILAŞTIRILMASI: ŞIRNAK VE GAZİANTEP ÖRNEĞİ**

COMPARISON OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF SME MANAGERS: THE CASE OF ŞIRNAK AND GAZİANTEP

**Dr. Öğr. Üyesi Süreyya ECE**

Şırnak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Şırnak/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2110-8091>



**Article Type** : Research Article/ Araştırma Makalesi

**Doi Number** : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1678>

**Reference** : Ece, S. (2019). "Kobi Yöneticilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluklarının Karşılaştırılması: Şırnak ve Gaziantep Örneği", *International Social Sciences Studies Journal*, 5(41): 4357-4363.

### **ÖZ**

İşletmelerin varlığını sürdürebilmesi için dikkate alması gereken bir takım sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumluluklar genel olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) olarak adlandırılmaktadır. KSS ekonomik, yasal, etik ve gönüllü olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır.

Türkiye'deki işletmelerin büyük çoğunluğunu oluşturan KOBİ'ler için de KSS büyük önem taşımaktadır. Çoğunluğu aile işletmesi olan KOBİ'lerin sonraki nesillere geçebilmesinin kurumsallaşmasına bağlı olduğu söylenebilir. Kurumsallaşan bir KOBİ, varlığını sürdürmesinin yanı sıra zaman içerisinde büyüyerek daha geniş bir alanda faaliyet gösterebilir. Ancak bazı KOBİ'ler Kurumsal Sosyal Sorumluluklara dikkat ederken, bazıları bu sorumluluklardan bazılarına önem vermektedir.

Bu çalışmada İşletme yöneticilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluklarının faaliyette buldukları bölgelere göre değişip değişmediği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda Şırnak ve Gaziantep illerinde faaliyet gösteren KOBİ yöneticileriyle anket yapılmıştır. T-Testi Analizi ile katılımcıların KSS boyutları açısından aldıkları ortalamalar karşılaştırılmıştır. Analiz sonucunda ortalamalar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu sonuç, KOBİ yöneticilerinin kurumsal sosyal sorumlulukları üzerinde faaliyette buldukları bölgenin etkili olmadığını göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Ekonomik Sorumluluk, Yasal Sorumluluk, Etik Sorumluluk, Gönüllü Sorumluluk

### **ABSTRACT**

Businesses have some responsibilities that they need to take into account in order to survive. These responsibilities are generally referred to as Corporate Social Responsibility (CSR). CSR is divided into four groups as economic, legal, ethical and voluntary.

CSR are also very important for SMEs that compose the majority of enterprises in Turkey. It can be said that the transition to the next generations of SMEs, the majority of which are family-owned, depends on institutionalization. In addition to maintaining the existence of an institutionalized SME, it can grow in time and operate in a wider area. However, some SMEs pay attention to CSR, while others attach importance to some of these responsibilities.

In this study, it has been tried to determine whether the CSR of the business managers changes according to the regions in which they operate. In this context, a survey was conducted with SME managers operating in Şırnak and Gaziantep. The T-Test Analysis and the mean scores of the participants in terms of CSR dimensions were compared. In the analysis no significant difference was found between the means. This result showed that the region in which SMEs operate is not effective on their corporate social responsibility.

**Key Words:** Corporate Social Responsibility, Economic Responsibility, Legal Responsibility, Ethical Responsibility, Voluntary Responsibility

## 1. GİRİŞ

İşletmeler faaliyet gösterdikleri toplumun bir parçasıdır. Bu nedenle işletme ve toplum birbirleriyle sürekli etkileşim halindedir. İşletmeler faaliyetleriyle toplumu etkilerken, toplumdaki bireyler de aldıkları kararlarla işletmeyi etkiler. Söz konusu etkileşim, işletmelere bir takım sorumluluklar yüklemektedir. Bu sorumluluklar kurumsal sosyal sorumluluk olarak tanımlanmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluklara dikkat eden işletmelerin toplum nezdinde itibarının artacağı ve daha başarılı olacağı söylenebilir. Özellikle aile işletmelerinin büyüebilmesi ve varlığını sürdürebilmesi açısından kurumsal sosyal sorumlulukları işletmenin temel faaliyetleri olarak değerlendirmesi gerekir.

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına verilen önemin işletmeden işletmeye değiştiği gözlenmiştir. İşletmenin faaliyet gösterdiği bölgenin bunun üzerinde bir etkisi olabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin boyutları açısından ele alınmıştır. İşletmelerin faaliyet gösterdikleri bölgenin özelliklerinin söz konusu boyutlar üzerinde bir etkisi olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

## 2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Sahiplerinden, ortaklarından, yöneticilerinden ayrı tüzel bir kişiliği bulunan ve faaliyetlerinde sözü geçen kişilerin menfaatinden çok kurumun genel menfaatlerini önemseyen işletmeler kurumsallaşmış işletmelerdir. Söz konusu işletmelerin kurumsal sosyal sorumlulukları önemseyen işletmeler olduğu söylenebilir. Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) işletmelerin sadece maddi değil, başta faaliyette buldukları bölgede yaşayanlar olmak üzere, bütün topluma, insanlara, çevreye ve ülkelere karşı olan sorumluluklarını içeren bir kavramdır. KSS, bir kurumun hem kurumun içindeki paydaşların yanı sıra kurumun dışındaki paydaşlara da etik davranması ve faaliyetlerinde bu yönde karar almasıdır (Aktan & Börü, 2007). Başka bir tanıma göre KSS, kuruluşların işlerini bireylerin haklarına saygı duyan ve insan refahını teşvik edecek şekilde yürütme görevidir (Manakkalathil & Rudolf, 1995). KSS, temelinde Freeman (1984) tarafından geliştirilen Etkileşenler yaklaşımına dayanmaktadır. Etkileşenler kurumun içinde ve dışında olmak üzere iki gruptur. Kurumun içindeki başlıca etkileşenler çalışanlar, yöneticiler, ortaklardan oluşurken, kurumun dışındaki başlıca etkileşenler ise müşteriler, rakipler, devlettir. Freeman'a (1984) göre tüketicilerin, toplumun, ortakların, çalışanların, devletin işletmelerden beklentileri bulunmaktadır. Bu beklentiler, bir süre sonra işletmelerin yerine getirmesi gereken sorumluluklara dönüşmektedir. Çünkü söz konusu beklentileri karşılamayan işletmelerin toplumda varlığı kısa sürmektedir. Birleşmiş Milletler, Uluslararası Çalışma Örgütü, Avrupa Birliği gibi uluslararası organizasyonlar tarafından geliştirilen topluma, çevreye, işgücüne yönelik korumacı yaklaşımlar işletmelerin KSS konusuna dikkat etmeleri gerektiğini ortaya koymuştur (Aktan & Börü, 2007).

Uluslararası ticaretin sosyal ve çevresel etkileri yeni olmamakla birlikte özellikle geçmiş yıllarda iklim değişikliği, yoksulluk, insan hakları ihlalleri, salgın hastalıklar gibi küresel sorunlar nedeniyle kamuoyunun farkındalığını arttırmıştır. İşletmelerin de bu sorunları çözme konusunda daha çok rol almaları ve sürdürülebilir bir kalkınmaya katkı sunmaları beklenmektedir (Kolk & Tulder, 2010).

KSS'yi benimseyen işletme sayısındaki hızlı artışın çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Birincisi, dünya genelindeki tüketiciler satın alımlarının çevresel ve sosyal etkilerinin ve dolayısıyla aldıklarının daha fazla farkında olmaları kararlarını alırken bu konuları dikkate alır. İkincisi, küreselleşme, kurumların hükümet düzenlemeleri, tarifeler, değişen standartlar, etik konular, çevresel kısıtlamalar, iş gücü sömürüsü vb. konular işletmeler için yeni sorunlara yol açtı. Bu konular işletmeler için çok maliyetli olabilir ve bu nedenle işletmeler sosyal olarak sorumlu politikalar kullanmak zorunda kalmaktadır (Kanji & Chopra, 2010).

Matten ve Moon'a (2008) göre KSS'deki sorumluluk çok sayıda bireysel, ailevi, dini, hayırsever vb. örneklerde görüldüğü gibi sadece iş özerkliliğinin olduğu yerlerde uygulanmasını ifade etmemektedir. Aksine, KSS'nin iş, devlet, yasal ve sosyal aktörlerin karşılıklı cevap verme, karşılıklı bağımlılık, seçim ve kapasite ölçütlerine göre faaliyet gösterdikleri daha geniş sorumluluk sistemlerinde yer almasıdır. Yasalar ve diğer kamu kuruluşları da daha etik işletme faaliyetleri ve süreçleri geliştirmeleri konusunda sanayiler üzerinde baskı yapmaktadır. Bununla birlikte, KSS faydalarının ölçeği ve niteliği finansal olanların ötesine geçmektedir ve şirkete ilişkin algılanan gelişmeler, riskin proaktif yönetimi, sadakat esaslı müşterilerin farklı etik değerleri dikkate alınarak inşa edilmesi gibi faydaları içerebilir (Kanji & Chopra, 2010; Mohr, Webb, & Harris, 2001).

Önceleri bütün işletmelerin tek sorumluluğunun ekonomik olduğu görüşü hâkimdi. Ancak toplum üzerinde büyük etkiye sahip işletmelerin başka alanlarda da sorumluluk alması gerekmiştir. Her ne kadar tüm piyasalar ekonomik çıkarları takip etse de bu konuyla ilgili kurumsal tercihler kurumların sosyal ve politik bağlarının etkisinde kalır (Matten & Moon, 2008). Genel olarak bir KSS politikasında işletme yöneticileri insanlar, yeryüzü ve kâr olmak üzere üç yönlü bir odaklanmaya sahip olmalıdır. İyi KSS, bir şirketin toplum üzerindeki olumlu etkisini en üst düzeye çıkarırken aynı zamanda kendi getirilerini de en üst seviyeye çıkarır (Kanji & Chopra, 2010). Bu kapsamda KSS ile ilgili olarak sınıflandırmalar yapılmış olup, söz konusu sınıflandırmaların en çok kabul edileni Carroll (1979) tarafından yapılan sınıflandırmadır. Carroll'a (1979) göre KSS dört grupta sınıflandırılabilir. Bunlar ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklardır. Aşağıda söz konusu sorumluluklara ilişkin bilgi verilmiştir.

### 2.1. Ekonomik Sorumluluk

İşletmelerin birincil ve en önemli sorumlulukları ekonomik sorumluluktur. Çünkü işletmeler toplumdaki ekonomik birimlerdir (Carroll, 1979). Bir işletmenin doğrudan paydaşlarına - yatırımcılarına, çalışanlarına ve müşterilerine - ekonomik sorumlulukları vardır. Bir işletmenin doğrudan paydaşlarına vermesi gereken dört temel ekonomik sorumluluk vardır (Kanji & Chopra, 2010):

*Kârlılık:* Bir işletme, onları oluşturmak için kullandığı malzeme ve emekten daha değerli ürünler veya hizmetler sattığında kâr yaratır. Başka bir ifadeyle, işletme değer katarak kâr elde eder.

*Şeffaflık:* Bir işletme şeffaflıkla hareket ettiğinde, faaliyetleri hakkında mümkün olduğunca çok bilgi sağlar. Şirket, doğrudan paydaşlarının uygulamalarını, stratejilerini ve finansal durumunu net bir şekilde görmelerini sağlar.

*Ayrımcılık yapmama:* Ekonomik anlamda, ayrımcılık yapmama, cinsiyet veya etnik gruplara karşı önyargının bulunmadığı anlamına gelmez. Bir işletmenin tüm müşterilerine, tedarikçilerine ve çalışanlarına aynı finansal kriterleri uyguladığı anlamına gelir.

*Sürdürülebilirlik:* İşletmeler, iş süreçlerini iyileştirerek ve tedarikçiler ve müşterilerle güvenli, uzun süreli ilişkiler geliştirerek operasyonlarının sürdürülebilirliğini sağlar.

### 2.2. Yasal Sorumluluk

Yasal sorumluluk, etik sorumluluğun bir alt sınıfı olarak görülse de (Manakkalathil & Rudolf, 1995) genellikle farklı bir kategoride değerlendirilmektedir. Toplumda işletmelerin uyulması beklenen bir takım düzenlemeler bulunmakta olup, bunlar yasal sorumluluklardır. Toplum tarafından işletmelerin ekonomik sorumluluklarını yerine getirirken yasal düzenlemelere dikkat etmeleri beklenmektedir (Carroll, 1979). Bir görüşe göre sosyal sorumlulukların yasal sorumluluklar altında belirlenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde işletmeler, hangi sosyal amaçlara hizmet etmeleri gerektiğini bilemez ya da sosyal sorunlara ilişkin konularda sorumluluk duymadıklarından bir şey yapmazlar. Örneğin çevre kirliliğine yönelik oluşturulan yasal düzenlemeler, işletmelerin faaliyetlerinde çevreyi korumanın önemli bir sosyal amaç olduğunu belirterek bu konuda üstlerine düşeni yapmaları yönünde bir mesaj vermektedir (Dalyan, 2007).

### 2.3. Etik Sorumluluk

Ekonomik ve yasal sorumluluklar gibi açık bir şekilde tanımlanmamış, ancak yine de toplumdaki biryler tarafından işletmelerin uyulması beklenen bazı davranışlar vardır. Bu davranışlar etik sorumluluk kapsamına girmekte olup, işletmeler için yerine getirmesi en zor sorumluluk sayılabilir (Carroll, 1979). Etik sorumlulukların faydacılık, haklar ve görevler ve adaleti içerdiği ifade edilmiştir (Manakkalathil & Rudolf, 1995). İş etiğindeki KSS uygulamalarının önem kazanmasıyla daha çok dikkat edilir bir kavram olmuştur. Tüketiciler, satın alma kararlarının çevresel ve etik etkileri hakkında giderek daha fazla farkında hale geliyor. Bu nedenle, işletmeler bu sorunları işletme stratejik planlarına dahil etmek zorunda kalacaktır. Bir şirketin, çalışanların çevresel ve etik kaygılarını yerine getirebilmeleri için uygun etik kararlar almalarına yardımcı olacak kurum içi etik eğitim alması gerekir (Kanji & Chopra, 2010).

Dürüstlük, doğruluk sadakat gibi belirli etik normlar çoğu toplumun ayrılmaz parçalarıdır. Ancak söz konusu normlara bağlılık yoğunluğu kültürel sınırlar arasında bireyden bireye değişkenlik gösterebilir (Manakkalathil & Rudolf, 1995).

## 2.4. Gönüllü Sorumluluk

İşletmelerin toplumda yardıma muhtaç birey ve gruplara gönüllü olarak yardımda bulunması gönüllü sorumluluktur (Dalyan, 2007). Gönüllü sorumluluklar, etik sorumluluklardan daha belirsiz bırakılmıştır. Başka bir ifadeyle gönüllü sorumluluklar işletme yöneticilerinin bireysel yargı ve tercihlerine bırakılmıştır. Her ne kadar gönüllü olduğundan sorumluluk olarak sayılma da toplum tarafından işletmelerin sosyal roller üstlenmesi beklendiğinden gönüllülük faaliyetleri de sorumluluk olarak değerlendirilmiştir (Caroll, 1979). Uluslararası sermaye temsilcilerinin KSS'yi hayır faaliyetlerinden ibaret olduğunu algıladıkları ifade edilmiştir. Birleşmiş Milletler'in Küresel İlkeler Sözleşmesi KSS'nin daha çok çevre ve insan hakları konusuna yoğunlaşmıştır (Arslan, 2012). Zor durumdaki ailelere yardım eden, kadın ve çocukları koruyucu tedbirler alan, düşkünlere el uzatan çok fazla organizasyon bulunmamakta, özellikle büyük işletmeler bu konuda katkı sağlayabilecek durumdadır. Ailelere, farklı inançlara hitap eden kuruluşlara, bağışta bulunmak, sağlık ve eğitim hizmeti sunmak işletmelerin gönüllülük esasıyla yaptığı uygulamalardır (Dalyan, 2007).

İşletmelerin yerine getirmesi gereken kurumsal sosyal sorumluluk boyutları genel olarak birbirleriyle bağlantılıdır. Özellikle yasal ve ekonomik sorumluluklar dikkate alınarak etik ve gönüllü sorumlulukların yerine getirilmesi gerektiği ileri sürülmektedir (Caroll, 1979). Ancak söz konusu sorumlulukların yerine getirilmesi konusunda işletmeden işletmeye farklılık gösterebilmektedir. Yanık'a (2009) göre KSS zamana ve mekâna bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. KSS'nin öncülleri konusunda fikir birliğine sahip olan Amerika ve Avrupa gibi sistemlerde farklılıkların olduğu görülmüş olup, bu durumun ulusal iş sistemlerinden kaynaklandığı ileri sürülmüştür (Matten & Moon, 2008). Manakkalathil & Rudolf'a (1995) göre etik normlara verilen önem bireyden bireye değişebilir. Örneğin Türkiye, İngiltere ve Norveç'te öğrencilerle yapılan bir araştırma sonucunda Türkiye'deki öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamalarının diğer öğrencilere göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Arslan, 2012). Türkiye'de Ankara, İzmir ve Şırnak illerinde yapılan bir araştırmada da her üç ildeki katılımcıların işletmelerin sosyal sorumluluklarına dair farklı öncelikleri olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Ankara ve Şırnak illerindeki katılımcılar tüketici haklarının; İzmir ilindeki katılımcılar ise çevrenin işletmelerin birincil sorumluluğu olduğunu ifade etmiştir (Arslan, Ece, Kurtuluş, & Özer, 2012). Tüketici haklarına dikkat etmek ekonomik sorumluluklara işaret ederken; çevreye dikkat etmek ise etik sorumluluklarla ilişkilendirilebilir. Bu bilgilere dayanarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

- H1: İşletme yöneticilerinin ekonomik sorumluluk ortalamaları faaliyet gösterilen bölgeye göre değişir.  
 H2: İşletme yöneticilerinin yasal sorumluluk ortalamaları faaliyet gösterilen bölgeye göre değişir.  
 H3: İşletme yöneticilerinin etik sorumluluk ortalamaları faaliyet gösterilen bölgeye göre değişir.  
 H4: İşletme yöneticilerinin gönüllü sorumluluk ortalamaları faaliyet gösterilen bölgeye göre değişir.

## 3. ALAN ARAŞTIRMASI

Bu çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları boyutları açısından ele alınmıştır. İşletmelerin faaliyet gösterdikleri bölgeye göre önem verdikleri KSS boyutlarının değişkenlik gösterdiği öngörülmüştür. Bu kapsamda KOBİ yöneticileriyle anket yapılmıştır.

### 3.1. Yöntem ve Örneklem

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırmada Maignan ve Ferrel (2000) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Söz konusu ölçek dört boyuttan oluşmuş olup, ekonomik sorumluluk boyutunda dört, yasal sorumluluk boyutunda dört, etik sorumluluk boyutunda beş ve gönüllü sorumluluk boyutunda beş ifadeye yer almaktadır. Katılımcılara her bir ifade için hiç katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevap alternatifleri sunulmuştur. Cevap alternatiflerine sırasıyla 1'den 5'e kadar değer verilmiş olup, yüksek değer söz konusu ifadenin daha çok dikkat edildiğini göstermektedir.

Türkiye'deki işletmelerin büyük çoğunluğunu oluşturan KOBİ yöneticilerine hazırlanan anket formu uygulanmasına karar verilmiştir. Türkiye'de sosyo-ekonomik düzey bakımından en düşük seviyeye sahip Şırnak ili ile Şırnak ili gibi Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan, ancak sanayisi oldukça gelişmiş olan Gaziantep ili çalışmaya dahil edilmiştir. Şırnak ilinde 68, Gaziantep ilinde ise 42 KOBİ yöneticisinden elde edilen veriler araştırmada kullanılmıştır. İki ilde faaliyet gösteren KOBİ yöneticilerinin sosyal sorumluluk boyutları açısından aldıkları ortalamaları karşılaştırabilmek için T-Testi yapılmıştır.

### 3.2. Bulgular

Araştırmada kullanılan verilere ait tanımlayıcı istatistikler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

**Tablo 1.** Tanımlayıcı İstatistikler

Boyutlar	Ortalama	SS	1	2	3	4
<b>Ekonomik Sorumluluk</b>	3,97	0.80	(.65)			
<b>Yasal Sorumluluk</b>	4,29	0.89	.46**	(.75)		
<b>Etik Sorumluluk</b>	4,48	0.69	.48**	.73**	(.78)	
<b>Gönüllü Sorumluluk</b>	3.90	0.84	.42**	.55**	.58**	(.69)

N= 110; SS: Standart Sapma; parantez içindekiler Cronbach's Alpha

\*p<0,05; \*\*p<0,01

Tablo 1'deki değerlere bakıldığında ölçekteki boyutların güvenilirliğinin %65 ile %78 olduğu görülmektedir. Bu değerler boyutların güvenilir olduğunu göstermektedir (Küçük, 2016). Genel ortalamalara bakıldığında etik sorumluluk boyutunun en yüksek; gönüllü sorumluluk boyutunun ise en düşük olduğu anlaşılmaktadır. Boyutlar arasında %42 ile %73 oranının anlamlı ve pozitif yönde korelasyonlar tespit edilmiştir.

İki ilde faaliyet gösteren KOBİ yöneticilerinin KSS ortalamaları açısından aldıkları ortalamaları karşılaştırmak için yapılan T-Testi yapılmış olup, ekonomik sorumluluk için T-Testi sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

**Tablo 2.** Ekonomik Sorumluluk için T-Testi Sonuçları

Şehir	N	Ortalama	SS	SD	t	p
<b>Şırnak</b>	68	3.88	.79	108	-1.537	.127
<b>Gaziantep</b>	42	4.12	.79			

Şırnak ve Gaziantep illerinde faaliyet gösteren KOBİ yöneticilerinin ekonomik sorumluluk açısından aldıkları ortalamaları karşılaştırmak için yapılan T-Testi sonucuna göre (bkz. Tablo 2) Gaziantep'teki KOBİ yöneticilerinin ekonomik sorumluluk ortalamaları ( $\bar{X}$ = 4.12; SS=.79), Şırnak'taki KOBİ yöneticilerinin ortalamalarından ( $\bar{X}$ = 3.88; SS=.79) daha yüksek çıkmıştır. Ancak ortalamalar arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ( $t_{108}$ = -1.537;  $p>0.05$ ).

Güneydoğu Anadolu bölgesinin sanayi şehri olarak görülen Gaziantep ilinde işletmeler arasındaki rekabet daha sert olabilmektedir. İşletmelerin yoğun rekabet ortamında hayatta kalabilmek için ekonomik açıdan güçlü olmaları gerekmektedir. Bu nedenle Gaziantep ilinde faaliyet gösteren işletme yöneticileri, Şırnak ilindekilere göre ekonomik sorumluluğu daha fazla önemsemektedir. Ancak bu önem istatistiksel açıdan anlamlı bulunmadığından H1 hipotezi red edilmiştir.

KOBİ yöneticilerinin KSS boyutlarından yasal sorumluluk ortalamalarına ilişkin T-Testi sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

**Tablo 3.** Yasal Sorumluluk için T-Testi Sonuçları

Şehir	N	Ortalama	SS	SD	t	p
<b>Şırnak</b>	68	4.24	.96	108	-0.747	.456
<b>Gaziantep</b>	42	4.37	.71			

Tablo 3'te görüldüğü üzere Gaziantep ilindeki KOBİ yöneticilerinin yasal sorumluluk ortalamaları ( $\bar{X}$ = 4.37; SS=.71), Şırnak ilindeki KOBİ yöneticilerinin yasal sorumluluk ortalamalarından ( $\bar{X}$ = 4.24; SS=.96) daha yüksek çıkmış, ancak söz konusu ortalamalar arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı değildir ( $t_{108}$ = -0.747;  $p>0.05$ ). Dolayısıyla H2 hipotezi red edilmiştir.

Gaziantep ilindeki işletmeler, sanayisi nedeniyle Şırnak iline göre daha göz önünde olduğundan buradaki işletme yöneticilerinin yasal sorumluluklara Şırnak ilindeki işletme yöneticilerinden biraz daha fazla dikkat etmesi beklenen bir durumdur.

Şırnak ve Gaziantep illerindeki KOBİ yöneticilerinin etik sorumluluk ortalamaları arasında yapılan karşılaştırma sonuçları Tablo 4'te verilmiştir:



**Tablo 4.** Etik Sorumluluk için T-Testi Sonuçları

Şehir	N	Ortalama	SS	SD	t	p
Şırnak	68	4.45	.77	108	-0.542	.589
Gaziantep	42	4.53	.55			

Gaziantep ilindeki KOBİ yöneticilerinin etik sorumluluk ortalamaları ( $\bar{X}$ = 4.53; SS=.55), Şırnak ilindeki KOBİ yöneticilerinden ( $\bar{X}$ = 4.45 SS=.77) yüksek çıkmış olmasına rağmen aradaki fark anlamlı değildir ( $t_{108}$ = -0.542;  $p>0.05$ ). Bu sonuç H3 hipotezini desteklememektedir.

Gaziantep ilindeki işletmeler arasındaki yoğun rekabetin işletme yöneticilerinin faaliyetlerinde etik ilkelere Şırnak ilindeki işletme yöneticilerine göre biraz daha fazla dikkat etmesini gerektirdiği düşünülmektedir.

Son olarak KOBİ yöneticilerinin gönüllü sorumluluklara ilişkin aldıkları ortalamaların karşılaştırılmasının sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

**Tablo 5.** Gönüllü Sorumluluk için T-Testi Sonuçları

Şehir	N	Ortalama	SS	SD	t	p
Şırnak	68	3.92	.87	108	0.304	.762
Gaziantep	42	3.87	.79			

Tablo 5'e bakıldığında Şırnak ilindeki KOBİ yöneticilerinin gönüllü sorumluluk ortalamalarının ( $\bar{X}$ = 3.92 SS=.87), Gaziantep ilindeki KOBİ yöneticilerinin ortalamalarından ( $\bar{X}$ = 3.87 SS=.79) daha yüksek olduğu görülmektedir. Ancak gönüllü sorumluluk ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ( $t_{108}$ = 0.304;  $p>0.05$ ). Bu nedenle H4 hipotezi de red edilmiştir.

Şırnak, Gaziantep'e nazaran daha küçük bir il olduğundan buradaki KOBİ'ler toplumla daha iç içe yaşamakta ve toplumun beklentilerini bire bire öğrenme fırsatı bulabilmektedir. Bu nedenle Şırnak'taki KOBİ yöneticilerinin gönüllü sorumluluk ortalamalarının, Gaziantep'teki KOBİ yöneticilerinden biraz daha yüksek olduğu söylenebilir.

#### 4. SONUÇ

Temelde her işletme kâr elde etmek amacıyla kurulmaktadır. Ancak toplumla iç içe yaşadıklarından karşılıklı birbirinden etkilenmektedirler. Bu nedenle ekonomik faaliyetler dışında başka faaliyetler de yüklenmek durumundadırlar. Sadece ekonomik çıkarları doğrultusunda hareket eden bir işletmenin uzun vadede varlığını sürdürmesi mümkün olmamaktadır. Toplum kendisinden beklediği diğer sorumlulukları da yerine getirmesi gerekmektedir. Bu sorumluluklar da Kurumsal Sosyal Sorumluluklar olarak tanımlanmış olup, ekonomik, yasal, etik ve gönüllü olmak üzere dört grupta değerlendirilmiştir.

İşletmeler birincil amaçları olan ekonomik sorumluluklarını yerine getirmediklerinde finansal açıdan sıkıntılar yaşar ve faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sağlayamazlar. Böyle olunca da diğer sorumlulukları yerine getirmede de sorun yaşarlar. Çünkü işletmelerin varlık amacı kâr sağlamaktır. Kâr olmadan varlığını sürdüremezler.

Diğer bir sorumluluk ise yasal sorumluluklardır. Her işletme faaliyette bulunduğu ülkedeki yasal düzenlemelere uymak zorundadır. Sözde daha fazla kâr sağlamak için vergi kaçırarak, sigortasız işçi çalıştırmak gibi temel kanunlara aykırı davrandığında sadece yasal yaptırımlarla karşı karşıya kalmayacak, toplumun da tepkisini alacaktır. Toplumun tepkisini alan bir işletmenin itibarı zarar göreceğinden ekonomik açıdan da sorun yaşamaya başlayacaktır.

Etik sorumluluk işletmelerin toplumdaki ahlaki değerlerine saygı duyması ve toplumun gelişimine katkıda bulunacak faaliyetler yüklenmesidir. İşletmelerin bu kapsamda faaliyetlerinde kamu yararı ilkesini gözetmesi, toplumun zararına olan bir uygulama işletmeye kâr sağlasa bile söz konusu uygulamayı sonlandırması gerekir.

Son olarak işletmelerin dikkat etmesi gereken bir diğer sorumluluk gönüllü sorumluluktur. Gönüllü sorumluluk kapsamındaki faaliyetler özellikle toplumla bütünleşmek, toplum nezdinde itibarını arttırmak isteyen işletmeler için büyük önem taşımaktadır. Çünkü bu tür faaliyetlerden işletme kâr sağlamadığı gibi bu faaliyetleri yerine getirebilmek için belirli bir maliyete katlanmaktadır. Gönüllü sorumluluklara önem veren işletmelere toplum tarafından daha çok değer verilir ve söz konusu işletmenin ürün/hizmetleri daha çok talep edilir. Bu durum da işletmenin kârlılığını etkiler.

KSS'nin her bir boyutunun işletmeler için oldukça önemli olduğu kabul edilmektedir. Buna rağmen her işletmenin bu sorumluluklara eşit düzeyde önem vermediği görülmektedir. Bu çalışmada da birbirinden farklı özelliklere sahip iki ilde faaliyet gösteren işletme yöneticilerinin KSS boyutlarına verdikleri önemin ortaya konarak bölgenin özelliklerine göre önem derecesinin değişip değişmediği belirlenmek istenmiştir. Bu kapsamda Türkiye'nin sosyo-ekonomik açıdan düşük düzeye sahip ili olan Şırnak ile yine bu bölgede yer alan, ancak oldukça gelişmiş bir il olan Gaziantep şehirlerinde faaliyet gösteren KOBİ'ler ele alınmıştır. KOBİ yöneticileriyle yapılan anket sonucunda Gaziantep ilinde faaliyet gösteren KOBİ yöneticilerinin KSS boyutlarından ekonomik, yasal ve etik sorumluluk ortalamalarının daha yüksek olduğu, ancak aradaki farkın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla araştırma kapsamında oluşturulan hipotezler red edilmiştir. Bu sonuçlar daha önce yapılan benzer çalışmaları desteklememektedir (Matten & Moon, 2008; Manakkalathil & Rudolf, 1995; Arslan, 2012). ""

Bu çalışma işletme yöneticilerinin KSS boyutlarına verdikleri önem düzeylerini anlamak açısından önem taşımaktadır. Çalışmanın aynı özelliklere sahip şehirlerde faaliyet gösteren KOBİ ve büyük işletme yöneticileriyle yapılmasının bu konuya ekstra bilgi sağlayacağı düşünülmektedir.

#### KAYNAKLAR

- Aktan, C. C., & Börü, D. (2007). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk". (Ed. C.C. Aktan) , *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk* (s. 11-36). İGİAD, İstanbul.
- Arslan, M. (2012). *İş ve Meslek Ahlakı: Dünya ve Türkiye Örnekleri*. Siyasal Kitabevi, Ankara
- Arslan, M., Ece, S., Kurtuluş, Ç. H., & Özer, M. (2012). "Tüketicilerin İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarını Algılamaları Üzerine Bir İnceleme: Ankara, İzmir ve Şırnak Örneği". *Anadolu Etik Toplantıları I*. 14 Kasım 2012, Gaziantep.
- Caroll, A. B. (1979). "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance". *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Dalyan, F. (2007). "Sosyal Sorumluluğun Temelleri" (Ed. C.C. Aktan), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk* (s. 45-60). İGİAD, İstanbul.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing, New York.
- Kanji, G. K., & Chopra, P. K. (2010). "Corporate Social Responsibility in a Global Economy". *Total Quality Management*, 21(2), 119-143.
- Kolk, A., & Tulder, R. v. (2010). "International Business, Corporate Social Responsibility and Sustainable Development". *International Business Review*, 19, 119-125.
- Küçük, Y. (2016). *SPSS ile İstatistik, Biyoistatistik ve Modern Bilimsel Araştırma*. Hünkar Ofset, İstanbul.
- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2000). "Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France". *Journal of Business Ethics*, 283-297.
- Manakkalathil, J., & Rudolf, E. (1995). "Corporate Social Responsibility in a Globalizing Market". *SAM Advanced Management Journal*, 29-47.
- Matten, D., & Moon, J. (2008). "'Implicit' and 'Explicit' CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility". *Academy of Management Review*, 33(2), 404-424.
- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). "Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior". *The Journal of Consumer Affairs*, 45-72.
- Yanık, S. (2009). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Yerel Farklılıklar, Küresel Aynılıklar". *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 95-101.