



Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Fırat University Journal of Social Science
Cilt: 20, Sayı: 1, Sayfa: 295-312, ELAZIĞ-2010

İHRACATÇI KOBİ'LERİN SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİNE BAKIŞLARINI DEĞERLEME: ELAZIĞ İLİNDE BİR UYGULAMA

Assessment of Views to Social Responsibility Activities of the Exporting SMEs: A Study in Elazığ City

Esma Ülkü KAYA*

Muhammet DÜŞÜKCAN**

ÖZET

KOBİ'lerin ulusal ve uluslar arası arenadaki önemi küreselleşmeyle birlikte gittikçe artmaktadır. Ekonomik sistemde KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelerin önemsemedikleri faaliyet alanlarını doldurmakta ve hatta onlara güçlü rakipler haline gelmektedirler. Bu gelişimler ihracatçı KOBİ'leri, faaliyetlerini daha çevresel ve sosyal sorumlu olarak yerine getirmeye zorlamaktadır. Ancak KOBİ'lerin sosyal sorumluluk bilincine ulaşmak için iç ve dış kaynaklı değerlendirme yapmaları zorunludur. Bu nedenle çalışma, Elazığ ilinde faaliyette bulunan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumlulukla ilgili faaliyetlere bakışlarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır (N=18). Çalışma, KOBİ'lerin sosyal sorumlulukla ilgili alanlara katılımın önemine inanmalarıyla sonuçlanmıştır. Ancak bu faaliyetlere katılım oldukça düşüktür. Ayrıca KOBİ'ler, sosyal faaliyetlere katılımlarının en önemli engeli olarak 'maliyet/kar üzerindeki etkiyi' ve 'personeldeki ilgi eksikliğini' göstermişlerdir. Çalışmaya katılan işletmeler, 'yerel okullar, özel okullar ya da üniversitelerle çalışma' ve 'yerel topluma' bilgi verme düzeylerinin düşük seviyede olduğunu belirtmişlerdir. Son olarak da KOBİ'lerde dış kaynaklı değerlemenin zayıf olduğu sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ'ler, Sosyal Sorumluluk, Sosyal Faaliyetlere Katılım, İç ve Dış Kaynaklı Değerleme

ABSTRACT

The importance of the SMEs in national and international area is increasing more and more with the globalization. The SMEs are acting in the fields that the large-sized businesses do not take into consideration within the economic system and even they become strong competitors for them.

* Yardımcı Doçent, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO; ukaya@firat.edu.tr

** Yardımcı Doçent, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO; mdusukan@firat.edu.tr

These developments lead the exporting SMEs to perform their activities with more environmental and social responsibility. However it is obligatory for the SMEs to make internal and external assessments in order to reach the conscious of social responsibility. Thus this study aims to assess the views of the exporting SMEs located in Elazığ City relating the actions in terms of social responsibility (N=18). It has been concluded that the SMEs have believed in the importance of participating to the activities about the social responsibility. Nevertheless their involvements in these activities have been in considerably low degree. In addition, the SMEs have stated the 'cost/impact on profits' and 'lack of interest from staff' as the most important obstacles for participating to social activities. The companies attended to the study have expressed that working with 'local schools, colleges or universities' and informing the 'local community' have been at low level. Finally, it has been investigated that the external assessment of the SMEs has been poor.

Key Words: SMEs, Social Responsibility, Participation to Social Activities, Internal and External Assessment

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

Günümüz KOBİ'leri ekonomik, siyasal, teknolojik gibi çevre faktörlerindeki hızlı değişimlerle büyük ölçekli işletmelerle yoğun rekabet yarışı içerisine girmişlerdir. Özellikle küreselleşme ile birlikte ulusal sınırları aşan rekabet KOBİ'leri sektör ve büyüklüğü ne olursa olsun bütün rakiplerini tanımalarını ve onları yakından takip etmelerini gerektirmiştir. Bu koşullar altında faaliyette bulunan gerek küçük gerekse büyük ölçekli işletmeler birbirlerinden çok farklı teknikler bulmak, uygulamak ve kusursuzluk yarışında faaliyetlerinin toplumla ne ölçüde bütünleştiğini takip etmek durumundadırlar. Bu bağlamda toplumla işletmeleri yakınlaştırarak uygulamaları başarılı kılacak en önemli çalışmaların başında sosyal sorumluluk gelmektedir.

Faaliyette bulunulan toplum içerisinde birçok çevresel faktörle ilişki içerisinde olan işletmelerin, sürekliliklerini korumak için bu çevresel faktörlerin beklentilerini karşılama zorunludur. Özellikle sosyal bir çevrede faaliyet gösterdikleri için işletmelerden pek çok alanda sosyal taleplerin olması doğaldır. Bu nedenle işletmelerin sosyal sorumluluğu, işletmenin varoluşuyla birlikte doğar. Sosyal talepler işletme için sosyal sorumluluğun kapsamını belirlemeye imkân verdiği gibi, ondan ne tür beklentilerin olduğunu da ortaya koyar. Sosyal sorumluluğun kapsamı; ekonomik, yasal, sosyal, etik, kültürel, siyasal, teknolojik vb. boyutlarla sınırlandırılabilir (Özüpek, 2005: 14).

Dinçer, sosyal sorumluluk kavramını, dış çevreye yönelik olarak görüp işletmenin kararlarında diğer kişi, grup, örgüt ve tüm toplumun göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtmektedir. Bu açıdan sosyal sorumluluk; "işletmenin ekonomik

faaliyetlerinin, onunla ilgili tarafların (hissedarlar, çalışanlar, tüketiciler ve nihayet tüm toplumun) hiçbirinin menfaatlerine zarar verilmeden yönetilmesi” şeklinde tanımlanabilir (Dinçer, 1998:155).

Sosyal sorumluluk; işletmelere örgüt içi ve örgüt dışı birçok alanda fayda sağladığından, son zamanlarda işletmelerin daha fazla önemseydiği bir amaç haline gelmiştir. Barutçugil, kurumsal sosyal sorumluluğun yerine getirilmesinin, her şeyden önce, örgütün kamuoyundaki imajını ve saygınlığını artırdığını belirtmektedir. Ayrıca yazara göre; çalışanlar ve müşteriler, örgüte daha fazla güven duymaya ve değer vermeye başlarlar. Çalışanların ve müşterilerin ait olma ve bağlılık duyguları gelişir. Bunun sonucunda çalışanların devir hızı düşerken, müşterilerin satın alma sıklığı ve satışların karlılığı yükselir. Müşterilerle iletişim ve ilişkiler gelişir. Çalışanlar arasındaki iletişim, güven, açıklık ve anlayış, dayanışma ve takım ruhu güçlenir. Takım çalışmasının etkinliği, örgütsel performansın ve genel motivasyonun yükselmesini sağlar. Örgütün toplumla, yerel ve merkezi devlet organlarıyla olan ilişkileri gelişir ve güçlenir. Bütün bunların yanı sıra, toplumsal sorumluluk projelerinde aktif görevler alan kurum çalışanları, liderlik becerilerini ve kişiliklerini geliştirme fırsatları veren deneyimler yaşarlar. Örgütteki görevlerini daha etkili yürütebilecek bilgiler, beceriler ve olumlu tutum geliştirirler. İşlerinin yanı sıra, katıldıkları sosyal projeler onların daha huzurlu, kendilerine güvenleri daha yüksek, iş tatmini sağlayan, iş stresi ile daha kolay baş edebilen, yaratıcı düşünebilen ve sorun çözme yetenekleri gelişmiş kişiler olmalarını kolaylaştırır (Barutçugil, 2004:222–223).

İşletme büyüklüğü, işletmelerin çevresel iyileştirmelerinde oldukça önemli bir faktör olarak görülmektedir (Baylis, 1998:294). Özellikle sosyal sorumluluk çabaları büyük ölçekli işletmelerin gerçekleştirebileceği bir çalışma olarak düşünülür. Ancak son yıllarda sosyal sorumluluğun başarılı olarak uygulanması için işletmelerde büyüklük farkı gerekmediği keşfedilmiş, KOBİ’lerde de sosyal sorumluluk konusu literatürdeki birçok çalışmada yer almaya başlamıştır. Bu sonuç ise, KOBİ’lerde sosyal sorumluluğun uygulanmasını farklı bakış açılarından incelemeye alan çalışmaların artışına neden olmuştur.

Jenkins, KOBİ’lerde işletme sosyal sorumluluğuyla ilgili zorlukların olduğunu ve kaynakların daima sınırlı olabileceğini, ayrıca KOBİ’lerin işletme sosyal sorumluluğuna adaptasyonlarını kolaylaştıran bazı özelliklere sahip olduklarını belirtmektedir. Bu özellikler ise aşağıdaki gibidir (Jenkins, 2006: 252–253):

1. KOBİ’ler esnektir ve adapte edilebilirler ve bu nedenle değişen durumlara hızlıca cevap verebilirler örneğin KOBİ’ler değerleriyle sosyal ve/veya çevresel

faidaları birleştiren ürünleri ve hizmetleri için yeni pazar birimlerini hızlı bir şekilde elde etme avantajına sahip olabilir.

2. KOBİ'ler çoğunlukla işletme sosyal sorumluluğu ile ilgili yenilikçi yaklaşımları geliştirme konusunda yaratıcı ve yenilikçidirler.

3. Sahip-yönetici, örgüte oldukça yakındır bu nedenle işletmenin sosyal sorumluluk konusundaki başarısını ve değerleri ile kültürünü etkileyebilir.

4. KOBİ'lerde iletişim, örgüte gömülen değerleri ve sosyal sorumlulukla ilgili bilgileri daha hızlı yayabilir, daha akıcı ve açık hale getirir.

5. Daha yalın, daha az hiyerarşik yönetim yapıları, işletme sosyal sorumluluğu programlarına bütün işgörenlerin katılımını kolaylaştıracaktır.

6. Her işlemin sağladığı fayda, daha erken olarak hissedilir.

Lepoutre ve Heene, KOBİ'lerde küçük işletme sosyal sorumluluğu ile işletme büyüklüğü arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Yazarlar incelemeleri sonucunda, dört önemli konuya vurgu yapmaktadırlar. Bunlar aşağıdaki gibidir (Lepoutre ve Heene, 2006:267):

1. Küçük işletmelerin çoğunun sosyal sorumluluğun bazı konularını anlayamadıkları ve konular anlaşılmazsa küçük işletme sosyal sorumluluğu çalışmasının yürütülme ihtimalinin çok düşeceği,

2. Ortak bir sorumluluk kültürü konusunun ve ortaklaşa sorumluluğu üstlenen kurumlar haline gelmenin zorunlu olduğu,

3. Girişimciliğin sorumlu davranışı garantileyemediği,

4. Finansal kaynakların yetersizliği nedeniyle küçük ölçekli işletmelerin büyük ölçekli işletmelerden daha fazla küçük işletme sosyal sorumluluk faaliyetlerinde zorlanacaklarıdır. Ayrıca, güç eksikliğinden dolayı küçük işletmeler, büyük işletmelerden daha fazla sosyal sorumluluk davranışına bağlıdırlar.

Murillo ve Lozano, orta büyüklükteki dört işletmenin sosyal ve çevresel uygulamalarını incelemişlerdir. Çalışmalarında, KOBİ'lerde sosyal sorumluluğu geliştirebilmek için dört önemli konuya vurgu yapmaktadırlar (Murillo ve Lozano, 2006:238):

1. İşletmelerin, yazarların 'sorumlu rekabetçilik' ile bağlantılı olmasını önerdikleri daha çok 'işletme sosyal sorumluluğu' olarak kullanılan ortak bir ifade kullanmaya özen göstermeleri.

2. İşletme sosyal sorumluluk uygulamalarını KOBİ'lere taşımak için uygun bir çevre oluşturma ve bu konudaki bilinci artırma.

3. Var olan en iyi uygulamalardan elde edilen avantajları koruma ve yayma.

4. İşletme sosyal sorumluluğuyla rekabetçilik iyileştirmelerini ilişkilendirme.

Castka ve diğerleri, bir işletmede sosyal sorumluk çalışmalarının etkili bir şekilde uygulanmasını inceleyen bir vaka incelemesi yapmışlardır. Bu vaka çalışması, işletme sosyal sorumluluğu ile ilgili çalışmaların, rekabetçi avantaj elde etme ve bu avantajı artırma konusunda işletmelere yardımcı olduğunu göstermiştir. Ayrıca bu vaka çalışmasında uygulayıcılar, bu konuda çalışacak KOBİ'lere temel işletme süreçlerine dayalı bir işletme sistemi geliştirmelerini önermektedir. Bu süreçler aşağıdaki gibidir (Castka ve diğerleri, 2004:147):

1. İşletme sosyal sorumluluğu ile ilgili işletme amaç ve hedefleri oluşturma,
2. Uygun süreçlere işletme amaç ve hedeflerini dağıtma,
3. İşletme amaçlarını ölçme, onları hedeflerle kıyaslama ve sürecin etkililiği ile yeterliliğini inceleme,
4. Bir ölçüm ve inceleme sonucu olarak iyileştirmeyi gerçekleştirme.

Perez-Sanchez ve diğerleri; çalışmalarında KOBİ'lerin özelliklerini dikkate alarak, çevresel yönetim araçlarının uygulanmasını etkileyen parametreleri analiz etmeyi amaç edinmişler ve KOBİ'lerde aşağıda verilen etkili bir çevresel yönetim sistemini uygulama stratejisinin aşamalarını, çevresel yönetim araçlarını benimseme açısından tartışmışlardır (Perez-Sanchez ve diğerleri, 2003: 67–77):

Safha 1. Finansal destek

Safha 2. İyi tanımlı bir planla uzun vadeli bir stratejiye sahip olma

Safha 3. İç uzmanlık

- *Bilgi ve beceri ihtiyaçlarını tanımlama ve geliştirme*
- *Örgütsel yapıları revize etme*
- *Uzmanlık konuları hakkında bilinçliliği ve bilgiyi artırma*

Safha 4. Dış yönlü ehliyet

- *KOBİ'lerde networku desteklemek*
- *Çevresel boyutu birleştirmek için var olan kapasiteye yeniden odaklanmak*

Safha 5. Teknolojik gelişim ve yenilik kültürü geliştirme

Tilley ise, KOBİ'lerin çevresel tutumları ile çevresel davranışları arasındaki açığı üç soru açısından araştırmıştır (Tilley, 1999: 240–245):

1. Küçük ölçekli işletme sektöründe çevresel tutum ve davranış arasında neden bir açık vardır? Yazar küçük ölçekli işletmelerin çevre lehindeki tutumlarını çevre lehi uygulamalara dönüştürmesini engelleyen direnç güçleri olarak ifade edilen faktörlerin olduğunu belirtmektedir. Bu direnç güçlerinin, çevre lehinde tutum ve

davranışların gelişimini engellediği belirtilmektedir (örneğin, zayıf çevre eğitimi, düşük çevresel bilinç, ekonomik engeller, yetersiz kurumsal altyapı, sınırlı kurum desteği gibi). Bu soruyu araştırmacı, KOBİ'lerde direnç güçleri açısından incelemiştir.

2. Küçük ölçekli işletmelerin çevresel tutum ve davranışları arasındaki açığı daraltan gösterge nedir? İtici güçler, küçük ölçekli işletmeleri daha sorumlu olarak çalışma konusunda güçlendiren mekanizmalardır. Çevre lehindeki davranışı ödüllendiren, zayıf çevresel davranışı da cezalandıran bu güçler, küçük ölçekli işletmeleri daha çevresel sorumlu olarak çalışmaya sevk eder. Bu değişim güçleri; çevresel eğitim ve geliştirme, düzenleyici bir yapı, kurumsal reform ve etkili araştırma yapma şeklindedir. Bu soruya ise yazar, KOBİ'lerde itici güçler açısından cevap aramıştır.

3. Küçük ölçekli işletmeleri daha çevresel sorumlu olmaya teşvik eden ve destekleyen gösterge nedir? Bu soru ise, direnç güçlerinin nasıl zayıflatılacağı ve itici güçlerinde nasıl güçlendirileceği ile ilgilidir. Yazar bu soruya cevabı, etik, ekonomik ve yönetim perspektifi açısından üç bakış açısından tartışmaktadır.

KOBİ'lerde sosyal sorumluluk uygulamaları üzerine yapılan literatürdeki çalışmalar, önemli sonuçları uygulayıcılara sunmaktadır. Bu sonuçlar, artık sosyal sorumlu çalışmak için büyük ölçekli işletme olma zorunluluğunun gerekmediğini de ispatlamaktadır. Bilakis çalışmalarda KOBİ'lerin sahip oldukları özellikler gereği, büyük ölçekli işletmelere göre sosyal sorumluluk çalışmalarında daha başarılı sonuçlar elde ettikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca KOBİ'lerde sorumluluk çalışmalarında başarılı olmanın en önemli yolları olarak, sorumluluk çabalarıyla işletme amaç ve hedeflerini bütünleştirme ve işletmede işgörenlerin de benimsediği ortak bir sosyal sorumluluk kültürü ve iklimi oluşturma gösterilmiştir. Literatürdeki bu çalışmalarda, KOBİ'lerin sosyal sorumluluk çalışmalarında en çok finansal kaynakların yetersizliği nedeniyle sorun yaşadıkları belirtilmektedir. Fakat devletin KOBİ'leri daha sosyal sorumlu çalışmaya sevk edebilmek için yapmış olduğu teşvikler, bu çalışmaları küçük işletme sektöründe kısmen de olsa kolaylaştıracaktır. Yine araştırmacıların çalışmalarından elde edilen bir sonuç, KOBİ'lerin son yıllarda daha fazla sosyal sorumlu olmaya kendilerini zorunlu hissettiklerini açıklamaktadır. Özellikle küreselleşmeyle birlikte KOBİ'ler, her sektör ve her büyüklükteki işletmeyle rakipken, sosyal sorumluluk çalışması KOBİ'lere diğer işletmelere göre daha rekabetçi olma avantajını sağlamaktadır. Bu gerekçeler, sosyal sorumluluk çalışmasını yurt dışına mal ihraç eden işletmeler için daha önemli hale getirdiğinden, çalışmada yurt dışına mal ihraç eden KOBİ'lerin 'sosyal sorumluluk' faaliyetlerine bakışları değerlendirilecektir.

2. METOT

Araştırma Elazığ ilinde faaliyette bulunan ihracatçı KOBİ'lerin, sosyal sorumlulukla ilgili faaliyetlerine bakışlarını değerlemeyi amaçlamaktadır. Veriler yöneticilerle yapılan yüz yüze görüşmelerle anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Ticaretin yeni yeni canlanmaya başladığı illerden olan Elazığ'da Ticaret ve Sanayi Odası kayıtlarında yaklaşık 37 işletmenin yurt dışına mal sattığı görülmektedir ancak bu işletmelerden faal olarak çalışan ve yurt dışına mal satan firma sayısı 27'dir. Bu işletmelerin 18'inden veriler elde edilebilmiştir, ulaşılabilen işletmelerin bir kısmının artık yurt dışına mal ihraç etmedikleri diğer bir kısmının da çalışmaya katılmak istemedikleri tespit edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm KOBİ'lerle ilgili genel bilgi bölümü, ikinci bölüm ise KOBİ'lerin sosyal ve çevresel performanslarının ölçümlendiği bölümdür. İkinci bölüm 20 sorudan oluşmaktadır. Anket formundaki veriler 18 işletmenin yöneticilerinden elde edilmiştir. Ancak bu çalışmada anket formunda yer alan ihracatçı işletmelerin sosyal ve çevresel sorumluluğa bakışlarını değerleyen sorular üzerinde durulacaktır. Anket formunun oluşturulmasında dört kaynak dikkate alınmıştır. Bunlardan ilk ikisi Avrupa Komisyonu Girişim Genel Direktörlüğünün sosyal sorumlu KOBİ'lerle ilgili Türkçe (<http://www.ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation>) ve İngilizce anket formlarıdır (<http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/supportmeasures/responsibleentrepreneurship/sme-template.pdf>). Diğer ikisi ise Avrupa Komisyonunun 2002 tarihli KOBİ'lerin sosyal ve çevresel sorumlulukları ile ilgili raporu ve İngiliz Business in the Community'in (BITC), DTI (Department of Trade and Industry) adına KOBİ'lerin toplumsal ve sosyal konuları üzerine yürüttüğü araştırmadır (<http://bitc.org.uk/resources/research>). Bu çalışmanın amacını oluşturan anket formundaki yedi soru değerlemeye alınmıştır. 1.(Tablo2), 2.(Tablo4), 3.(Tablo5), 4.(Tablo6), 5. (Tablo7) ve 7. (Tablo3) sorular İngiliz Business in the Community'in (BITC), DTI (Department of Trade and Industry) adına KOBİ'lerin toplumsal ve sosyal konuları üzerine yürüttüğü araştırmadan (<http://bitc.org.uk/resources/research>) ve 6.soru (Tablo8) ise Avrupa Komisyonu Girişim Genel Direktörlüğünün sosyal sorumlu KOBİ'lerle ilgili İngilizce anket formundan (<http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/supportmeasures/responsibleentrepreneurship/sme-template.pdf>) Türkçeye çevrilerek alınmıştır. Elde edilen verilerin analizi için SPSS For Windows 13.0 programı kullanılmıştır.

3. SONUÇLAR

Tablo 1'de çalışmaya katılan KOBİ'leri tanımlayıcı sorulara işletme yöneticilerinin verdikleri cevapların dağılımı görülmektedir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan İhracatçı KOBİ'leri Tanımlayıcı Bilgileri Gösteren Dağılım

Kriterler		N	%	Ortalama	S.Sapma
Sektör	Madencilik	5	27.8	2.0556	1.55193
	İmalat	12	66.7		
	Diğer	1	5.6		
	Toplam	18	100.0		
Hukuk	Özel Limited Şirket	8	44.4	3.3889	1.33456
	Ortaklık	5	27.8		
	Diğer	5	27.8		
	Toplam	18	100.0		
İşgören	Tam zamanlı işgörenler	17	94.4	1.0556	.23570
	Yarı zamanlı işgörenler	1	5.6		
	Toplam	18	100.0		
Amaç	Birleşmeyle var olma ve gelişme	7	38.9	3.7778	1.00326
	Daha yüksek karlılık	6	33.3		
	Daha yüksek kalite	5	27.8		
	Toplam	18	100.0		
Değişme	%10'daha fazla arttı	14	77.8	1.4444	.85559
	%10'daha fazla azaldı	4	22.2		
	Toplam	18	100.0		
Aile	Evet	14	77.8	1.2222	.42779
	Hayır	4	22.2		
	Toplam	18	100.0		
Cinsiyet	Erkek	16	88.9	1.1111	.32338
	Kadın	2	11.1		
	Toplam	18	100.0		
Grup	Evet	3	18.8	1.8125	.40311
	Hayır	13	81.3		
	C.V.	2	-		
	Toplam	18	100.0		

C.V.= Soruya cevap vermeyen işletmeleri ifade eder.

Tablo'ya göre çalışmaya katılan işletmelerin büyük çoğunluğu 'imalat sektöründe' faaliyette bulunan işletmelerdir. Aynı zamanda işletmelerin %44.4'nün 'özel limited şirket' olduğu; %94.4 gibi yüksek bir oranda işletmelerin 'tam zamanlı işgören' istihdam ettikleri; %33.3'ünün 'daha yüksek karlılığı', %38.9'unun 'birleşmeyle var olma ve gelişme' yi ve yine %27.8'inin ise 'daha yüksek kaliteyi' amaçladıkları; %77.8'inin 'son 3 yılda işgören sayısının %10'dan daha fazla arttığı'; %77.8'inin 'aile' işletmesi olduğu; ankete cevap veren yöneticilerin %88.9'unun 'erkek' olduğu ve son olarak da işletmelerin %81.3'ünün 'dış çıkar grubunun' olmadığı şeklinde bir dağılımı görmekteyiz. Ancak 'dış çıkar grubun' varlığı ile ilgili soruya verilen cevabın sorunun tam olarak anlaşılmasından kaynaklandığını düşünmekteyiz.

Çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin, anket formunda sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarını değerleyen sorulara verdikleri cevapların frekans dağılımları aşağıda görüldüğü gibidir:

Tablo 2. İhracatçı KOBİ'leri Küçük ve Orta Ölçekli Bir İşletme Kurup Çalıştırmaya Sevk Eden Nedenleri Gösteren Dağılım (Birden fazla işaretleme yapılabilir)

Kriterler	İşletme Sayısı (N=18)			Yüzde (%)
	Cevap veren	Cevap vermeyen	N	
Bağımsız olma düşüncesi	5	13	18	27.8
İşgören istihdam etme düşüncesi	14	4	18	77.8
Piyasada bir yer edinme düşüncesi	10	8	18	55.6
Kendi ilkelerini/iş değerlerini yansıtmayı isteme düşüncesi	6	12	18	33.3
Yerel toplumun bir parçası olabilme düşüncesi	6	12	18	33.3
Önemli kişisel bir başarı sağlama düşüncesi	5	13	18	27.8
Zengin olma düşüncesi	2	16	18	11.1
İyi bir yaşam sağlama düşüncesi	3	15	18	16.7
Diğer	1	17	18	5.6
Bilmiyorum	-	18	18	-

Elazığ ilinde faaliyette bulunan ihracatçı KOBİ'leri küçük ve orta ölçekli bir işletme kurup çalıştırmaya sevk eden nedenler %77.8 gibi yüksek bir oranla 'işgören istihdam etme düşüncesi', '%55.6 gibi bir oranla ise 'piyasada bir yer edinme düşüncesi' ve %33.3 oranla da 'kendi ilkelerini/iş değerlerini yansıtmayı isteme düşüncesi' ve 'yerel toplumun bir parçası olabilme düşüncesi' oluşmaktadır. Ancak 'zengin olma' (%11.1) ve 'iyi bir yaşam sağlama' (%16.7) düşüncelerinin daha düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Bu yüzde dağılımlar bu işletmelerin kuruluş ve faaliyette bulunma amaçları içerisinde sosyal amaçlarının kişisel çıkarlarından daha önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Tablo 3. İhracatçı KOBİ'lerin Sosyal ve Çevresel Olarak Gerçekleştirdikleri Faaliyetlerini İfadelenme Şekillerini Gösteren Dağılım (Yalnızca bir seçenek işaretlenecektir)

Kriterler	N	Yüzde (%)
İşletme sosyal sorumluluğu	3	17.6
Sorumlu işletme uygulaması	7	41.2
Kamu ilgisi	-	-
Çevresel ilgi	-	-
İşletme şuru	1	5.9
Toplumla faydalı ilişki	-	-
Normal işletme uygulaması	1	5.9
Sürdürülebilir kalkınma/İşletme uygulaması	4	23.5
Değer yönelimlilik	-	-
Sosyal/Toplumsal taahhüt	-	-

Tablo 3'ün Devamı

Kriterler	N	Yüzde (%)
Diğer	-	-
Bilmiyorum	1	5.9
Cevap vermeyen işletme	1	-
TOPLAM	18	100.0
Ortalama:4.2941 Standart Sapma:3.45985 Cevap Veren İşletme Sayısı:17 Cevap Vermeyen İşletme Sayısı:1		

Tabloda ihracatçı KOBİ'lerin sosyal ve çevresel olarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerini ifadelendirme şekillerinin frekans dağılımı görülmektedir. KOBİ'lerin % 41.2 gibi yüksek bir oranı sosyal ve çevresel faaliyetlerini 'sorumlu işletme uygulaması' olarak adlandırmaktadırlar. Ancak işletmelerin bu faaliyetlerini en düşük oranla 'işletme şuuru' ve 'normal işletme uygulaması' (% 5.9) olarak adlandırdıkları söylenebilir.

Tablo 4. İhracatçı KOBİ'lerin Sosyal ve Çevresel Sorumluluğa Bakışlarını Gösteren Dağılım

Kriterler	1	2	3	4	5	Ortalama	Standart Sapma
SC1	3 (16.7)	2 (11.1)	10 (55.6)	-	3 (16.7)	2.8889	1.23140
SC2	3 (16.7)	3 (16.7)	8 (44.4)	3 (16.7)	1 (5.6)	2.7778	1.11437
SC3	3 (16.7)	3 (16.7)	7 (38.9)	1 (5.6)	4 (22.2)	3.000	1.37199
SC4	-	-	6 (33.3)	7 (38.9)	5 (27.8)	3.9444	.80237
SC5	-	-	3 (16.7)	10 (55.6)	5 (27.8)	4.1111	.67640

SC1, SC2 ve SC3 değişkenleri için;

1=Tamamen katılmıyorum, 2=Fazla katılmıyorum, 3=Katılıyorum, 4=Fazlaca katılıyorum, 5=Tamamen katılıyorum

SC1=Küçük ve orta ölçekli işletmeler sosyal ve çevresel sorumluluklarına büyük önem verirler.

SC2=Bazı kişiler bir işletme sosyal ve çevresel sorumluluğa sahipse bu işletmenin başarılı bir işletme olma ihtimalinin yüksek olacağını düşünür.

SC3=Bazı kişiler bir işletme uygulamalarıyla ilgili bir sorumluluğa sahipse bu işletmenin başarılı bir işletme olabilme ihtimalinin yüksek olduğunu düşünür.

SC4 ve SC5 değişkenleri için;

1=Çok düşük, 2=Düşük, 3=Orta, 4=Yüksek, 5=Çok yüksek

SC4= Sorumlu işletme uygulamalarına sahip olma konusunda işletmeyi tanımlama boyutu.

SC5=Sosyal ve çevresel sorumluluğa sahip olma konusunda işletmeyi tanımlama boyutu.

Tabloya göre çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin %55.6 oranında 'genellikle KOBİ'ler sosyal ve çevresel sorumluluğa önem verirler' ifadesine katıldıkları görülmektedir. Yine çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin %44.4 oranında 'sosyal ve çevresel sorumluluk sahibi iseler başarılı olma ihtimallerinin yüksek olacağı' ve %38.9 oranında 'uygulamalarında sorumluluk sahibi iseler başarılı olabilme ihtimallerinin yüksek olacağı' ifadelerine katıldıkları söylenebilir. Ayrıca ihracatçı KOBİ'ler kendi işletmelerinin %38.9 oranında yüksek derecede sorumlu işletme uygulamalarına ve yine %55.6 oranında yüksek derecede sosyal ve çevresel sorumluluğa sahip olduklarını ifade etmektedirler.

Tablo 5. İhracatçı KOBİ'lerin Faaliyet Alanlarına Katılımlarının Önemi ve Bu Faaliyet Alanlarına Fiili Olarak Katılımlarını Gösteren Dağılım (Birden fazla işaretleme yapılabilir)

Kriterler	1	2	Cevap vermeyen işletme sayısı	N
Çevresel etkiyi azaltma	16 (94.1)	1 (5.9)	1 -	18
Atıkları azaltma ve geri dönüşüm	14 (82.4)	3 (17.6)	1 -	18
Personeli beceri geliştirme konusunda teşvik etme	16 (94.1)	1 (5.9)	1 -	18
Personeli sağlıklı bir iş/yaşam dengesi konusunda teşvik etme	14 (87.5)	2 (12.5)	2 -	18
Personelin sağlığı ve refahı konusunda sorumluluk alma	16 (94.1)	1 (5.9)	1 -	18
Toplum ve işletmeyle karşılıklı faydalı bir ilişki kurma	16 (94.1)	1 (5.9)	1 -	18
Yerel halk üzerinde aktif olma	13 (86.7)	2 (13.3)	3 -	18
Hayır kurumlarıyla ya da gönüllü kurumlarla çalışma	14 (93.3)	1 (6.7)	3 -	18
Yerel okullar, özel okullar ya da üniversitelerle çalışma	14 (93.3)	1 (6.7)	3 -	18
Mahrum ya da zayıf bırakılan bölgelere yatırım yapma	15 (93.8)	1 (6.3)	2 -	18
Uzun vadeli işsizlik ya da evsizlik gibi geleneksel olarak dikkate alınmayan gruplarla ilgilenme	14 (93.3)	1 (6.7)	3 -	18
Deniz aşırı bir ürünün etik bir şekilde üretilmesini sağlama	15 (100.0)	-	3 -	18
Çalışılan toplumun etnik düzenini dikkate alma	15 (93.8)	1 (6.3)	2 -	18
Hiçbiri	14 (100.0)	-	4 -	18
Bilmiyorum	13 (100.0)	-	5 -	18

1=Faaliyet alanına katılım önemlidir.

2=Faaliyet alanına katılırim.

Tabloda ihracatçı KOBİ'lerin faaliyet alanlarına katılımlarının önemi ve bu faaliyet alanlarına fiili olarak katılımlarını gösteren frekans dağılımı görülmektedir. Tabloyu incelediğimizde KOBİ'lerin ilgili faaliyet alanlarının daha çok önemine inandıklarını ancak bu faaliyet alanlarına katılımın çok düşük hatta hiç olmadığını görürüz. Örneğin ihracatçı KOBİ'lerin 'denizaşırı bir ürünün etik bir şekilde üretilmesini sağlamanın' önemine inandığı ancak bu faaliyet alanına katılımın hiç olmadığı görülmektedir. Benzer şekilde KOBİ'lerin 'çevresel etkiyi azaltma', 'personeli beceri geliştirme konusunda teşvik etme', 'personelin sağlığı ve refahı konusunda sorumluluk alma' ve 'toplum ve işletmeyle karşılıklı faydalı bir ilişki kurma' faaliyet alanlarının önemine %94.1 oranında inandıkları ancak bu faaliyet alanlarına %5.9 oranıyla katıldıkları söylenebilir. KOBİ'ler %82.4 oranla 'atıkları azaltma ve geri dönüşüm' işleminin önemine inanırken %17.6 oranıyla da bu faaliyete fiilen katılırlar. İhracatçı KOBİ'lerin %87.5'i 'personeli sağlıklı bir iş/yaşam dengesi konusunda teşvik etme' konusunun önemine inanırken, %12.5'u bu faaliyete fiilen katılmaktadır ve aynı şekilde 'yerel halk üzerinde aktif olma' konusunun önemine %86.7 oranıyla inanırken, %13.3'ü bu faaliyete fiilen katılmaktadırlar. İhracatçı KOBİ'lerin %93.3'ü 'hayır kurumlarıyla ya da gönüllü kurumlarla çalışma', 'yerel okullar, özel okullar ya da üniversitelerle çalışma ve 'uzun vadeli işsizlik ya da evsizlik gibi geleneksel olarak dikkate alınmayan gruplarla ilgilenme' konularının önemine inanırken %6.7'si bu faaliyet alanlarına fiili olarak katılmaktadır. Son olarak bu KOBİ'lerin %93.8'i 'mahrum ya da zayıf bırakılan bölgelere yatırım yapma' ve 'çalışılan toplumun etnik düzenini dikkate alma' alanlarının önemine inanırken %6.3'ü bu faaliyet alanlarına fiilen katıldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 6. İhracatçı KOBİ'lerin Tablo 5'teki Faaliyet Alanlarına Daha Fazla Katkı Sağlamalarına Engel Olarak Hissettikleri Nedenleri Gösteren Dağılım (Birden fazla işaretleme yapılabilir)

Kriterler	İşletme Sayısı (N=18)			Yüzde (%)
	Cevap veren	Cevap vermeyen	N	
Maliyet/Kar üzerindeki etki	11	7	18	61.1
Zaman yetersizliği	7	11	18	38.9
Bürokrasi/Kırtasiyecilik	7	11	18	38.9
Kaynak sınırlılığı	4	14	18	22.2
Bu faaliyet alanları konusunda bilinç eksikliği	8	10	18	44.4
Topluma kayıtsız olma	1	17	18	5.6
Yönetimdekilerin motivasyon eksikliği	3	15	18	16.7
Personeldeki ilgi esikliği	11	7	18	61.1
Bu faaliyet alanlarıyla ilgili yeterli bilgiye sahip olmama	1	17	18	5.6

Tablo 6'nın Devamı

Kriterler	İşletme Sayısı (N=18)			Yüzde (%)
	Cevap veren	Cevap vermeyen	N	
Bu faaliyet alanlarına nasıl dahil olunacağı konusundaki bilgi eksikliği	3	15	18	16.7
Bilginin nerede bulunacağı konusunda bilgi sahibi olmama	-	18	18	-
Diğer	-	18	18	-

Tablo ihracatçı KOBİ'lerin Tablo 5'teki faaliyet alanlarına daha fazla katkı sağlamalarına engel olarak hissettikleri nedenlerin frekans dağılımını göstermektedir. Tabloda ilgili faaliyet alanlarına katılımın zayıflığının (Tablo 5) en önemli nedenleri 'maliyet/kar üzerindeki etki' ve 'personeldeki ilgi eksikliği' olduğu görülmektedir (%61.1). Bu nedenleri %44.4 oranla 'ilgili faaliyet alanları konusundaki bilinç eksikliği', %38.9 oranlarıyla da 'zaman yetersizliği' ve 'bürokrasi/kırtasiyecilik' nedenleri izlemektedir. İhracatçı KOBİ'ler tarafından 'topluma karşı kayıtsız olma' ve 'ilgili faaliyet alanları konusunda yeterli bilgiye sahip olmama' nedenleri bu faaliyet alanlarına katılım zayıflığının en düşük nedenleri olarak gösterilirken, 'bilginin nerede bulunacağı konusunda bilgi sahibi olmama' nedeni ise bu faaliyet alanlarına katılım zayıflığının bir nedeni olarak gösterilmemiştir.

Tablo 7. İhracatçı KOBİ'lerin Tablo 5'de Katıldıkları Faaliyetler Hakkında Bilgiyi İlettikleri Grupları Gösteren Dağılım (Birden fazla işaretleme yapılabilir)

Kriterler	İşletme Sayısı (N=18)			Yüzde (%)
	Cevap veren	Cevap vermeyen	N	
Dış Kaynaklı Ortaklar	2	16	18	11.1
Tedarikçiler	7	11	18	38.9
Müşteriler	8	10	18	44.4
İşgörenler	10	8	18	55.6
Devlet (Yerel ya da Merkezi)	6	12	18	33.3
Ticari basın	5	13	18	27.8
Çalışılan yerel toplum	3	15	18	16.7
Yerel ya da bölgesel basın	7	11	18	38.9
Bilmiyorum	3	15	18	16.7

Tablo ihracatçı KOBİ'lerin Tablo 5'de katıldıkları faaliyetler hakkında bilgiyi ilettikleri baskı gruplarının gösterildiği frekans dağılımını göstermektedir. Tabloda ihracatçı KOBİ'ler en yüksek oranla (%55.6) 'işgörenlerine' daha sonra sırayla 'müşterilerine' (%44.4), 'tedarikçilerine' ve 'yerel ya da bölgesel basına' (%38.9), 'devlete' (%33.3) ve 'ticari basına' (%27.8) bu faaliyetleri hakkında bilgi vermektedirler.

KOBİ'lerin 'dış kaynaklı ortaklara' (%11.1) ve 'çalışılan yerel topluma' (%16.7) bu faaliyetleri hakkında en düşük oranla bilgi verdikleri görülmektedir.

Tablo 8. İhracatçı KOBİ'lerin Sosyal ve Çevresel Faaliyetlerini İzleme, Ölçme ya da Değerleme Durumlarını Gösteren Frekans Dağılımı

Kriterler		N	Yüzde (%)	Ortalama	Standart Sapma
Evet	Kendi kendini değerlendirme	13	72.2	1.4444	.78382
	Dış kaynaklı değerlendirme	2	11.1		
Hayır		3	16.7		
TOPLAM		18	100.0		

Tablo'da ihracatçı KOBİ'lerin sosyal ve çevresel faaliyetlerini izleme, ölçme ya da değerlendirme durumlarını gösteren frekans dağılımı görülmektedir. Tabloda ihracatçı KOBİ'lerin toplam %83.3'ü sosyal ve çevresel faaliyetlerini izlediklerini, bunun %72.2'si 'kendi kendini değerlediğini' ve %11.1'i ise 'dış kaynaklı olarak değerlendirildiklerini' belirtirlerken, KOBİ'lerin geri kalan %16.7'si ise sosyal ve çevresel faaliyetlerinin değerlendirmediğini belirtmişlerdir.

4. TARTIŞMA

İşletme literatüründe yıllardır hakkında araştırmalar ve tartışmalar yapılan ve yazılar yazılan küçük ve orta ölçekli işletmelerin, ekonomik yapıdaki önemleri konusu hiçbir araştırmacı ve yöneticinin göz ardı edemeyeceği bir konudur. Özellikle yoğun rekabet ve küreselleşme, rekabetin yönünü işletme büyüklüğü ve çalışılan sektör gibi kriterlerin ötesine taşımıştır. Artık büyüklüğü ve sektörü ne olursa olsun işletmeler birbirlerinin en amansız rakipleridir. Ulusal sınırların ötesine taşınan KOBİ'ler, büyük ölçekli işletmelerin en korkulu rakipleri haline gelmiştir. Yurt dışına mal satan KOBİ'lerin uzun vadeli amaçları olan süreklilik amacını sağlamaları için önem verdikleri bir amaç olan sosyal sorumluluğa bakışlarını incelemenin, literatürde bu konuda yapılacak diğer çalışmalara ışık tutacağını düşünmekteyiz. Bu nedenle çalışmada, ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumlulukla ilgili faaliyetlerine bakışlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Çalışma Elazığ ilinde faaliyette bulunan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarını değerlendirmeyi amaçlamıştır. Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası kayıtlarına göre 37 işletme yurt dışına mal satmakta olup, ancak bu işletmelerin 27'si faal olarak çalışmaktadır. Bu 27 KOBİ'nin 18'nin yöneticilerinden veriler elde edilebilmiştir (KOBİ'lerin bir bölümünün çalışmaya katılmak istemediği bir kısmının ise artık yurt

dışına mal ihraç etmedikleri belirlenmiştir). Bu KOBİ'lerle ilgili bilgi verici sorulara verilen cevapların frekans dağılımları Tablo 1'de verilmiştir.

Çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin küçük ve orta ölçekli bir işletme kurma nedenlerine bakılacak olursa (Tablo 2), en yüksek yüzde oranlarının 'işgören istihdam etme' (%77.8) ve 'piyasada bir yer edinme' düşüncelerinde olduğu görülür. Bu sonuç bölgesel kalkınmayı, işsizliği vb geliştirmek için devletin uyguladığı politikalarla ilgilidir. Devletin özellikle bölgesel ticareti canlandırmak amacıyla KOBİ'lerin kurulmasını teşvik uygulamaları elde edilen bu sonucun önemli bir gerekçesidir.

Çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal ve çevresel olarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerini ifadelendirme şekillerinin dağılımına bakılacak olunursa (Tablo 3), ihracatçı işletmelerin bu faaliyetlerini daha çok 'sorumlu işletme uygulaması' olarak adlandırdıkları görülür.

Tablo 4'de ihracatçı KOBİ'lerin sosyal ve çevresel sorumluluklarına bakışlarının dağılımı verilmiştir. Bu tabloya göre çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin genellikle 'sosyal ve çevresel sorumluluklarına büyük önem verdikleri', 'sosyal ve çevresel sorumluluğa ve sorumlu işletme uygulamalarına sahiplerse başarılı olma ihtimallerinin yükseleceği' şeklindeki düşüncelere sahip oldukları ve ayrıca 'kendi işletmelerinin sosyal ve çevresel sorumluluğa ve sorumlu işletme uygulamalarına yüksek derecede sahip oldukları' sonucu görülmektedir.

Çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin sosyal ve çevresel faaliyet alanlarına katılımlarının önemi ve bu faaliyet alanlarına fiilen katılımları incelenmiştir (Tablo 5). Bu dağılımı gösteren tabloyu incelediğimizde, işletmelerin belirtilen faaliyet alanlarının önemine büyük ölçüde inandıkları ancak bu faaliyet alanlarına katılımın ya çok az ya da hiç olmadığı görülür. Ancak bu sonuç, Tablo 4'deki sonuçlarla çelişmektedir. Tablo 4'deki sonucun, işletmelerin olması gerekene verdikleri cevaptan kaynaklanmış olması veya bu sonuca tablo 5'te olduğu gibi detaylı bir faaliyet alanları listesinin yer almamasının neden olması mümkündür. Ayrıca Tablo 5'de 'denizaşırı bir ürünün etik bir şekilde üretilmesini sağlama' sorumluluğuna KOBİ'lerin büyük çoğunluğunun inandığı ancak bu faaliyet alanına katılımın olmadığı görülmektedir.

Tablo 6, çalışmaya katılan ihracatçı KOBİ'lerin tablo 5'teki faaliyet alanlarına katkı sağlamalarına engel olarak gördükleri nedenlerin dağılımını göstermektedir. Bu tablo incelendiğinde, KOBİ'lerin bu faaliyetlere katılım zayıflıklarının en önemli nedenleri olarak 'maliyet/kar üzerindeki etki' (%61.1), 'personeldeki ilgi eksikliği' (%61.1) ve 'bu faaliyetlerle ilgili bilgi eksikliği' (%44.4) gelmektedir. Bu sonuçlar tablo 5'teki sonuçlarla uyumludur. Örneğin; işletmelerin 'çevresel etkiyi azaltma' ve 'atıkları

azaltma ve geri dönüşüm' ve 'beceri gelişimi için teşvik edilmesi' gibi faaliyet alanları, işletmelerin 'maliyet/karlılık üzerindeki etki' ve 'personeldeki ilgi eksikliği' ile bağlantılıdır. Özellikle sürdürülebilir kalkınma kavramı olarak tanımlanan ekolojik dengenin korunması ve çevre kirliliğini önleme işletmeler için (özellikle KOBİ'ler) önemli gider kalemleridir. Özellikle finansman bulma sıkıntısı çeken KOBİ'ler için bu konu, oldukça önemli bir problemdir ve özellikle tablo 5'teki faaliyet alanlarına katılım zayıflığı, KOBİ'lerin bu faaliyet alanları hakkında bilinç eksikliğine sahip olmalarıyla da ilgilidir. Bu bilinçlenme için devlet-üniversite ve KOBİ işbirliği zorunludur. Bu noktada tablo 5'te KOBİ'lerin 'yerel okullar, özel okullar ya da üniversitelerle çalışma' faaliyetine katılımlarının oldukça düşük olduğu, elde edilen bu sonucu desteklemektedir. Tablo 5'teki faaliyet alanları hakkında bilginin iletildiği gruplar da, KOBİ'lerin hangi gruplarla daha fazla işbirliği içerisinde olduğunu göstermektedir (Tablo 7). Bu dağılımı gösteren tabloyu incelediğimizde, KOBİ'lerin en fazla 'işgörenlere', 'müşterilere', 'tedarikçilere', 'yerel ve bölgesel basına' ve 'devlete' bu faaliyetleri hakkında bilgi verdikleri görülür. Ancak, 'dış kaynaklı ortaklar' ve 'çalışılan yerel toplum' bu faaliyetler hakkında daha az bilgilendirilmektedir. Bu sonuç, toplum içerisinde var olan ve toplumun kaynaklarını kullanan KOBİ'lerin, yerel toplumdaki sorunlarıyla ilgisiz olarak faaliyette bulduklarının göstergesidir.

KOBİ'lerin sosyal ve çevresel sorumluluklarına olan bakışlarının gelişimi, daha çok sorumlu işletme uygulamalarının gerek iç gerekse dış kaynaklı bir değerlemeye tabi tutulması ile mümkündür. Bu durumu gösteren tablo incelendiğinde (Tablo 8), çalışmaya katılan KOBİ'lerin %72.2 oranla kendi kendilerini değerledikleri, %11.1 oranla da dış kaynaklı olarak değerlendikleri ve %16.7'sinin ise hiç değerlendirme yapmadıklarını göstermektedir. Bu sonuç, KOBİ'lerin dış kaynaklı değerlemesinin zayıf olduğunu göstermektedir. Bu durum ise, işletmeleri sorumlu işletme uygulamalarından ya alıkoymakta ya da sorumlu uygulamalarında kendi doğrularına göre faaliyette bulunmalarını gerektirmektedir. Çevreye- kirlilik, atıkları yok etme ve geri dönüşüm-, işgörenlere, tüketicilere, rakiplere vb karşı sorumlulukların yerine getirilmesi üzerinde, dış kaynaklı değerlemenin özellikle devlet kontrolünün önemi büyüktür. Getirilen kanun, yönetmelik ve ulusal ve uluslararası standartlara uygun olarak, işletmelerin ne derecede faaliyette bulduklarının devlet ve devlet kurumları aracılığıyla kontrolü yapılmadıkça, gelişigüzel uygulamalar bilhassa ekolojik dengeye zarar verecek uygulamaları görebilmek mümkün olacaktır. Bunun yanı sıra tüketicilere, işgörenlere, yerel halka da, işletmelerin sosyal ve çevresel faaliyetlerini denetleme ve değerlendirme bilinci kazandırılmalıdır. Bu bilinç ortamında faaliyette bulunan KOBİ'ler, her faaliyetini bu

gruplar üzerindeki etkisini düşünerek düzenleyecek ve faaliyetlerini bu sınırlar içerisinde yürütecektir.

Elazığ ilindeki ihracatçı KOBİ'lerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakışlarını değerlendirmeyi amaçlayan bu çalışmada en önemli kısıtlılıklar, işletmelerin soruları 'olana' göre değil 'olması gerekene' göre cevaplamaları ve sorun yaşadıkları konularda ya hiç cevap vermeme ya da çekimser olma davranışı göstermeleridir. Bu durum elde edilen verilerin sağlıklı bir şekilde analizini ve raporlanmasını zorlaştırmaktadır. Özellikle Tablo 4 ve Tablo 5 arasında görülen uyumsuzluk, böyle bir sorunun sonucunu göstermektedir.

KAYNAKLAR

- Avrupa Komisyonu Girişim Genel Direktörlüğü, Sorumlu İşletmeler-Bilinç Düzeyini Artırmaya Yönelik Anket Formu (10.01.2008). <http://www.ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation> adresinden alınmıştır.
- Barutçugil, İsmet (2004). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi*, Birinci Baskı, İstanbul: Kariyer Yayınları
- Baylis, Robert ve Diğerleri (1998). Company Size, Environmental Regulation and Ecological Modernization: Further Analysis at The Level of The Firm, *Business Strategy and the Environment*, 7:285-296
- Castka, Pavel ve Diğerleri (2004), How can SMEs Effectively Implement the CSR Agenda? A UK Case Study Perspective, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 11: 140-149
- Dinçer, Ömer (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, 5.Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş
- Jenkins, Heledd (2006). Small Business Champions for Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, 67: 241-256
- Lepoutre, Jan ve Aime Heene (2006). Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility: A Critical Review, *Journal of Business Ethics*, 67: 257-273
- Murillo, David ve Josep M. Lozano (2006). SME and CSR: An Approach to CSR in Their Own Words, *Journal of Business Ethics*, 67: 227-240
- Observatory of European SMEs (2002). European SMEs and Social and Environmental Responsibility, *Report Of European Commission*, No:4, Enterprise Publications
- Özüpek, M.Nejat (2005). *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*, Birinci Baskı, Konya: Tablet Kitabevi
- Perez-Sanchez, D. ve Diğerleri (2003), Implementing Environmental Management in SMEs, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 10: 67-77
- Report Produced on Behalf of DTI (10.01.2008). Engaging SMEs in Community & Social Issues. www.bitc.org.uk/resources/research adresinden alınmıştır.

F.Ü.Sosyal Bilimler Dergisi 2010-20/1

SME Case Study Template (11.01.2008). http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/responsible_entrepreneurship/sme-template.pdf adresinden alınmıştır.

Tilley, Fiona (1999). The Gap Between The Environmental Attitudes and The Environmental Behaviour of Small Firms, *Business Strategy and the Environment*, 8: 238–248