

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu

Dr. Öğretim Üyesi Saime DOĞAN¹

¹Kırklareli Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Muhasebe ve Finansal Yönetim Bölümü

Lüleburgaz/Kırklareli, saimedogan@klu.edu.tr

Özet: Kurumsal sosyal sorumluluk, bir işletmenin sadece çevreye ve topluma karşı sorumluluklarını değil aynı zamanda ilişki içerisinde bulunduğu tüm çıkar gruplarına karşı sorumluluğunu da göstermektedir. Muhasebenin bir kavramı olarak "Sosyal Sorumluluk" ise tüm muhasebe işlemlerini yürütürken belli kişi ve gruplardan ziyade tüm toplumun fayda görmesini amaçlamaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile muhasebenin sosyal sorumluluk kavramı aynı amaca hizmet etmektedir. Nitekim, her iki kavramın odak noktasında da toplum ve işletmeyle etkileşim halinde olan çıkar grupları bulunmaktadır. Muhasebe bilgi sistemi, şeffaflık, toplumu aydınlatma, hesap verebilirlik ve güvenilirlik ilkeleri doğrultusunda kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile iletişim halindedir. Ayrıca, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluğunun gereği olarak faaliyetlerin raporlanması işlevi de muhasebe bilgi sistemi ile sağlanmaktadır.

Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı sırasıyla kurumsal sosyal sorumluluk ve muhasebenin sosyal sorumluluk kavramlarını açıkladıktan sonra bu iki kavram arasındaki ilişkiyi ve muhasebenin kurumsal sosyal sorumlulukta ki yeri ve önemini ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Muhasebe, Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu.

Corporate Social Responsibility And Social Responsibility Of Accounting

Abstract: Corporate social responsibility represents not only the responsibilities of an employer to the environment and society but also the responsibility of all interest groups that are involved in. As a concept of accountancy, "Social Responsibility" aims at making benefit towards all society instead of certain persons and groups while carrying out all accounting transactions.

The concept of corporate social responsibility and the concept of social responsibility of the accounting serve in the same aim. In fact, the focus of both concepts is the society and the interest groups which are in relation with the company. Accounting information system is in interrelation with the corporate social responsibility concept in the direction of the principles such as transparency, social awareness, accountability and reliability. In addition, the function which is the requirement of corporate social responsibility is carried out by the accounting information system.

In thi scontext, the aim of the study is to explain the social responsibility concept and the social responsibility of the accounting respectively, then explain the relationship between these two concepts and then to reveal the importance of accounting in the corporate social responsibility.

Key words: Corporate Social responsibility, Accounting, Social Responsibility of Accounting

1. Giriş

Tüzel kişiliğe sahip işletmelerin bireyler gibi içinde barınmış olduğu topluma karşı birtakım sorumlulukları mevcuttur. Oysa ki; başlangıçta, ticari amaçlarla kurulan işletmelerin temel amacı kar elde etmektir. Globalleşme ile birlikte yaşanan yoğun rekabet ortamında işletmeler ayakta kalabilmek ve varlıklarını devam ettirebilmek için topluma karşı soysal bazı amaçlar edinmeye başlamışlardır. Böylece; işletmelerin toplumsal içerikli, sorumluluk bilinci taşıyan uygulamaları "kurumsal sosyal sorumluluk" anlayışını oluşturmuştur.

İşletmeler, topluma ve doğal çevreye karşı sorumlulukları yanında doğrudan ve dolaylı olarak etkileşim halinde olduğu ve işletmenin faaliyetlerinden ve kararlarından önemli düzeyde etkilenebilecek tüm paydaşlara (çevre, toplum, tüketiciler, çalışanlar, devlet, tedarikçiler, rakipler, hissedarlar) karşı sorumludurlar. Nitekim, işletmelerin üretim girdilerini sağladıkları çevreye ve topluma karşı kurumsal sürdürülebilirliğin sağlanması açısından da sorumlulukları olmalıdır. İşletme, tüm paydaşlara karşı olan bu sorumluluklarını gönüllülük anlayışının da ötesinde bilinçli ve sistematik olarak yerine getirmelidir.

Başlangıçta parasal olayları kaydeden muhasebe, ekonomik ve teknolojik gelişmelere paralel olarak yeni görevler üstlenmiştir. Başka bir deyişle, işletmenin temel işlevlerinden biri olan muhasebe, sahip olmuş olduğu şeffaflık, toplumu aydınlatma, hesap verebilirlik ve güvenilirlik gibi değerler doğrultusunda işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk bilincine katkıda bulunmaya başlamıştır. Globalleşen dünyada muhasebenin sorumluluğu, işletmelerin para ile ifade edilen mali olaylarını defterlere kaydetmenin yanı sıra, muhasebe bilgilerini işletmenin çeşitli karar süreçlerinde ve tüm paydaşlarının yararına kullanılabilir veriler haline getirmektir.

Bu çalışmada, işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk ve muhasebenin sosyal sorumluluğu arasındaki etkileşim kuramsal olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla; kurumsal sosyal sorumluluğun anlamı, ne amaçla kullanıldığı ve boyutları incelenerek, muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluğa olan katkıları çeşitli yönleriyle irdelenmiştir.

2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi

Temel amaçları karlılık ve pazar paylarını artırmak olan işletmelerin, toplumsal beklentilere karşı duyarlı olmaları bir işletme politikası haline gelmiştir. İşletmelerin üretim aşamasından başlayıp ürünün müşteriye ulaştırılması, kullanımdan sonra oluşabilecek zararlı faaliyetlerin kısıtlanması, işletmenin faaliyete bulunduğu çevrenin korunması ve geliştirilmesi konularında da yükümlülükleri bulunmaktadır. Bu yükümlülükler, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğu çerçevesinde süreklilik arz eden kalkınmaya yardım eden niteliktedir (Büyüksalvarcı, Şapıcılar ve Uyaroğlu, 2016: 188).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının kaynağı Bowen tarafından 1953 yılında yayımlanan "İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları" (Social Responsibilities of the Businessman) adlı kitabıdır. Bu kitapta, işadamlarının işletmeden ziyade toplumsal bilinçleri üzerinde durulmuştur (Valor, 2005: 192). Bowen, işletme sahip ve yöneticilerinin ekonomik amaçları yanında sosyal fayda amaçlarının da önemi üzerinde durmaktadır. Bu doğrultuda işletmelerin iyi bir kurumsal vatandaşlık örneği göstererek topluma zarar verecek olumsuz davranışlardan kaçınma ile birlikte, toplumun kalkınmasına katkı sunacak faaliyetleri

gerçekleştirmesi beklenmektedir (Cingöz ve Akdoğan, 2012: 333).

Kurumsal sosyal sorumluluğun temelinde işletme başarısının sosyal sonuçları ve toplumsal zorunluluklar yatmaktadır. Böylece, kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin topluma karşı sorumluluklarını yansıtan politika ve uygulamalardan oluşur. Bununla birlikte sorumluluğun tam anlamıyla uygulanması ve yönü ise işletmenin taktirine bağlıdır (Matten ve Moon, 2008: 405).

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin iç ve dış çevresindeki tüm çıkar gruplarına sorumluluk bilinci içinde davranarak kararlar alması ve bu yönde uygulamada bulunması olarak da tanımlanabilir (Demir, 2013: 214).

Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi'ne göre kurumsal sosyal sorumluluk, iş dünyasının bütün toplumun yaşam kalitesini arttırıp, sürdürülebilir iktisadi büyümeye katkıda bulunması için verdiği bir sözdür (Dahlsrud, 2006: 7).

Kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin tanımların ortak nitelikleri aşağıdaki gibidir. (İliç, 2010: 306):

- Şirketlerin kâr elde etmenin dışında başka sorumlulukları vardır.
- Bu sorumluluklardan biri de toplumsal problemlerin çözümüne yardımcı olmaktadır.
- Şirketler, hissedarların dışında tüm topluma karşı sorumludurlar.
- Kurumsal sosyal sorumluluk kapsamındaki faaliyetler, yasal zorunluluktan ziyade gönüllülük temeline dayanmaktadır.
- Genellikle işletmenin mali, toplumsal ve çevresel etkinliklerini birarada yürütmesini gerekli kılan sürdürülebilir kalkınma ile oldukça ilgilidir.
- Sosyal sorumluluk işletmeler tarafından isteğe bağlı değil, esas faaliyet konusu olarak yönetimin bir parçası şeklinde düşünülmelidir.

İşletmeler günlük faaliyetlerle birlikte toplumsal sorumluluklarını büyük bir ciddiyetle izlemeli, bu sorumluluklar yönetim kurulunun da gündemine alınarak ilgili performans kriterleri de tespit edilmelidir. Toplumsal sorumlulukları yerine getirirken hem başka kuruluşlarla, hem de sivil toplum örgütleriyle işbirlikleri geliştirilmelidir (Argüden, 2002: 11).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı birtakım ilkeler üzerine kurulmuştur. Bu ilkeler, kurumsal sosyal sorumluluğa yön veren, temelini oluşturan unsurlardır. Crowther ve Aras (2008: 14) bu ilkeleri hesap verebilirlik, sürdürülebilirlik, ve şeffaflık olarak; Argüden (2002: 13-14) ise, toplumsal çıkarları kendi çıkarlarının üstünde tutmak; bağımsızlık, şeffaflık, hesap verilebilirlik, tarafsızlık, açıklık ve kurumsal sosyal sorumluluk ilkeleri doğrultusunda hareket etmek olarak sıralamıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk prensipleri işletmeler açısından bir rehberlik görevi üstlenmektedir. Bu prensipler işletme ile tüm çıkar grupları arasında sağlıklı bir ilişki kurulmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca bu prensipler şirketlerin insan hakları ve adil ücret politikalarını benimsemesi gibi konuları göz önüne alarak; güvenilir mal ve hizmet üretmek, adil ticaret ve işletmenin toplumsal gruplarla işbirliğini gerektirmektedir (Koroğlu ve Ersöz, 2015: 130).

2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

Günümüzde işletmeler toplum içerisindeki birçok farklı gruba işbirliği halindedir ve işletme başarısı bu gruplarla olan ilişkilerinin iyi yönetilmesine bağlıdır. Bu konuyu açıklayan kavram "paydaşlar" olarak isimlendirilmektedir. Paydaş, işletmenin toplum içerisinde etkileşim içerisinde bulunduğu, hem işletmenin faaliyetlerinden etkilenen hem de faaliyetleriyle işletmeyi etkileyen bütün gruplardır. Diğer bir ifadeyle paydaşlar, işletmelerden çıkarları olan bireyler ve kurumlardır (Akten ve Börü, 2007: 13-14).

Paydaşlar, işletme içi paydaşlar ve işletme dışı paydaşlar olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. İşletme içi paydaşlar; kurucu ortaklar, hissedarlar, şirket yöneticileri ve çalışanlarını kapsarken; işletme dışı paydaşlar ise toplum, devlet, rakipler, tedarikçiler müşteriler vb. kesimleri kapsar (Demir, 2013: 214).

Gerek iç, gerekse dış çevredeki bütün paydaşlara karşı olan sorumluluğu ifade eden kurumsal sosyal sorumluluk alanları aşağıdaki gibidir (Aktan ve Börü, 2007: 14-15):

- Devlete karşı sorumluluk,
- Hissedarlara karşı sorumluluk,
- Topluma karşı sorumluluk,
- Çalışanlara karşı sorumluluk,
- Tedarikçilere karşı sorumluluk,
- Müşterilere (tüketicilere) karşı sorumluluk,

- Doğaya ve çevreye karşı sorumluluk,
- Rakiplere karşı sorumluluk.

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeyleri

Carroll'a göre kurumsal sosyal sorumluluk; ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluk alanlarından oluşmaktadır. Bu sorumluluk alanları aşağıdaki gibidir (1991: 40):

Ekonomik sorumluluk: İşletmeler toplumdaki en temel ekonomik birimlerdir. Bu nedenle bütün işletmelerin en temel sorumlulukları; tüketicilerin ihtiyaç duydukları ve talep ettikleri ürün ve hizmetleri üretmek ve bu süreçte karlı satış yapmaktır. Ekonomik sorumluluk aşağıdaki unsurlardan oluşmaktadır (Carroll, 1991: 40):

- Mümkün olan en yüksek karı elde etmek,
- Yüksek bir operasyonel etkinlik seviyesine ulaşmak,
- Hisse payına kazanç miktarını arttırmak,
- İşletme için güçlü bir rekabetçi pozisyon sağlamak,
- Tutarlı bir karlılık düzeyi sağlamak.

Yasal sorumluluk: Kurumlar açısından önemli önem yasalık; ahlak yasallığı, süreç yasallığı ve yapısal yasallık olmak üzere üç kısımda incelenebilir. Toplum, ekonomik hedeflerine ulaşmak isteyen işletmelerin hukuk kuralları çerçevesinde faaliyet göstermesini beklemektedir (Özalp, Tonus ve Sarıkaya, 2008: 73).Yasal sorumluluk aşağıdaki unsurlardan oluşmaktadır (Carroll, 1991: 41):

- Kanunlara uygun hareket etmek,
- Kurumsal düzenlemelere uygun hareket etmek,
- Kurumsal bir vatandaş olmak,
- Minimum düzeydeki yasal gereklilikleri karşılayan hizmet ve ürünleri üretmek.

Etik sorumluluk: Yasal olarak düzenlenmesi de toplumun belirlediği ahlaki kurallardır (Cingöz ve Akdoğan, 2012: 334). Etik sorumluluk aşağıdaki unsurlardan oluşmaktadır (Carroll, 1991: 41):

- Toplumsal değerler ve etik kurallar doğrultusunda hareket etmek,
- Toplumda yeni ve gelişen kuralları fark etmek ve bunlara saygı duymak,

- İşletme amaçlarına uygun olmayan etik kurallardan uzak durmak,
- Etik davranış ve dürüst kurum olma, kanun ve düzenlemelere uygun hareket etmeyi gerekli kılmaktadır.

Gönüllü sorumluluk: İşletmenin toplumsal düzeyde oluşturduğu iyi niyeti güçlendiren veya işletmenin içinde bulunduğu çevrede iyi bir kurumsal vatandaş olarak algılanmasına yardım eden faaliyetleri söz konusudur. İşletmelerin kaynaklarından bir kısmını, sanatsal, eğitsel, ve toplumsal projelere ayırması böyle bir sorumluluğun gereğidir (Özdemir, 2009: 59).

Gönüllü sorumluluk aşağıdaki unsurlardan oluşmaktadır (Carroll, 1991: 41):

- Toplumun yardımseverlik ve hayırseverlik beklentileri doğrultusunda hareket etmek,
- İşletme sahip ve yöneticilerinin, çalışanların gönüllü olarak sosyal faaliyetlerde bulunması,
- Sanatsal faaliyetlerin desteklenerek, teşvik edilmesi,
- Özel ve kamu eğitim kurumlarının desteklenmesi,
- Toplumun yaşam kalitesini arttıran projelerin desteklenmesi.

Gönüllü olarak sosyal sorumluluk yüklenen işletmeler toplum yararına olan sosyal sorumluluk projelerinin içinde yer almaktadırlar. Kendilerini bağlayan ekonomik, yasal ya da ahlaki sorumlulukların ötesinde gönüllü olarak faaliyette bulunmaktadırlar. Bu davranışlarıyla örnek birer kurumsal vatandaş olarak, toplumun yaşam standartlarını arttırmak için çaba göstermektedirler.

2.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Şirketlere Faydaları

Sosyal faydayı temel amaç edinen sosyal sorumluluk, gönüllülük ve yardımseverlik ilkeleri doğrultusunda yürütülmelidir. İşletmeler, faaliyetlerini yürütürken tüm topluma ve çevreye karşı sorumluluklarının bilincinde olmalıdırlar (Ateş ve Sanal, 2012: 74).

Kurumsal sosyal sorumluluk bilincinin işletmelere katkıları aşağıdaki gibidir (Weber, 2008: 248-249; Özkol, Çelik ve Gönen, 2006: 138):

- İşletmelerin piyasa ve marka değerleri artar.

- Yeni pazarlara girme ve müşteri bağlılığını elde etmede önemli faydalar sağlar.
- Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık potansiyeli artar.
- Daha kaliteli mal ve hizmet sağlamada etkin bir rol oynar.
- Çeşitli çevreler ve tüketici bojkotlarının azalması ile risk yönetimi daha etkin hale gelir.
- İşletmenin imaj ve itibarına olumlu etki eder.
- Kural koyucuların ve toplumun ve işletmenin görüşlerine önem vermesini sağlar.
- Çalışanların işe alımlarında, motivasyonlarının sağlanmasında ve kalıcı olmalarında olumlu etki eder.
- Yüksek satışlar ve pazar payındaki artıştan dolayı işletme gelirlerinin artmasını sağlar.
- Maliyet azaltımı sağlar.

3. Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu

Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğinde sosyal sorumluluk, muhasebenin sorumluluğunu belirterek; muhasebenin amacını, kapsamını, yerini ve anlamını göstermektedir. Tebliğde sosyal sorumluluk; tüm muhasebe uygulamalarında, belli kişi veya grupların değil, bütün toplumun faydaları gözetilerek gerçekçi, tarafsız ve dürüst bilgi üretimini gerekli kılar.

Mali nitelikteki bilgilerin raporlanma görevini üstlenen muhasebe, mali sonuçları itibarıyla toplumun tüm katmanlarını ilgilendiren etkiler yaratır. Muhasebenin, bu sorumluluğu bütünüyle yerine getirebilmesinde kurumsal sorumluluk anlayışı rehber niteliktedir (Yılmaz ve Alkan, 2006: 732).

Genel anlamda sosyal sorumluluk, birey ya da kuruluşların topluma karşı yerine getirmekle yükümlü oldukları sorumluluklarını ifade etmekte ve yüklenilen iş dolayısıyla hesap verebilme yükümlülüğünü göstermektedir. Sosyal sorumluluğun temel kaynağı, doğruluk, tarafsızlık ve adalettir. Muhasebenin, toplumun her kesimine karşı bilgi sağlama amacını en üst düzeyde ve güvenilir biçimde gerçekleştirilmesi sosyal sorumluluk bilincinin oluşmasıyla sağlanabilir. Muhasebenin sosyal sorumluluk kavramı açısından toplumun her kesimine bilgi üretmesi, muhasebe uygulamalarında toplumu oluşturan kişi ve kurumların aydınlatılması amaçlanmaktadır.

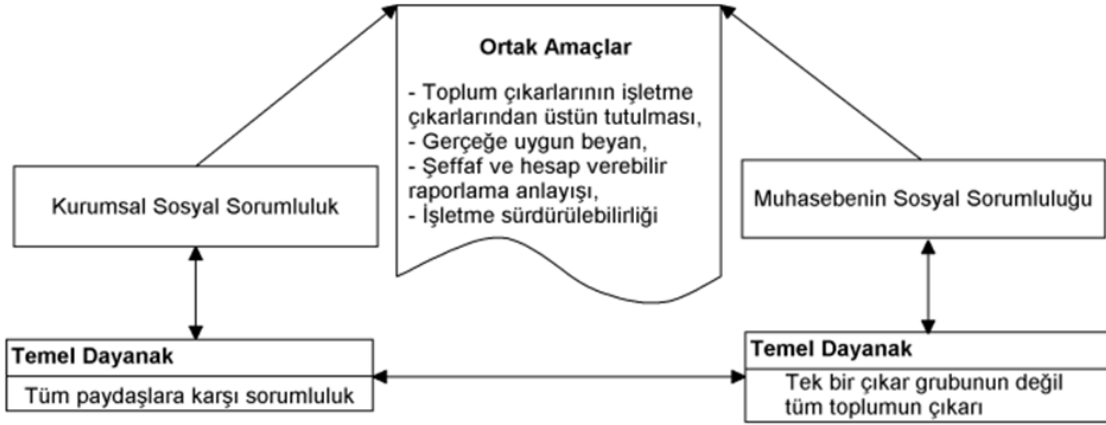
Muhasebe meslek mensuplarının da sosyal sorumluluğu, çıkar gruplarına sunulacak işlemlere ait bilgilerin doğruluğu açısından önem kazanır (Hacırüstemoğlu, 2009: 19).

3.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu

Finansal tablolardan sağlanan bilgilerin açık, anlaşılır, doğru ve güvenilir olması durumunda tüm çıkar grupları fayda görecektir. Oysa ki; hatalı, hileli ve eksik bilgiler içeren finansal tablolar ilgili çıkar grupları için gerçeklikten uzaktır (Koroğlu ve Ersöz, 2015: 134).

Muhasebenin sosyal sorumluluğu ve kurumsal sosyal sorumluluk bir amaç birliği içerisindedir. Hem muhasebenin sosyal sorumluluğu hem de kurumsal sosyal sorumluluğun odak noktasında toplum ve toplum içinde işletmeyle ilişkili paydaşlar vardır. Her iki kavramın ortak amaçları; yapılan işlemlerde gerçeğe uygun beyanda bulunulması, toplumun çıkarlarının daima işletme çıkarlarından üstün olması, hesap verebilirlik ve şeffaflık anlayışı ile raporlama yapmak olarak sayılabilir. Bir işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk dahilinde gerçekleştirdikleri faaliyetlerin raporlanması muhasebe aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Muhasebenin sosyal sorumluluğu ile kurumsal sosyal sorumluluk ilişkisi Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluk ilişkisi



Kaynak: Daştan, A., ve Bellikli U. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Etkileşimi: Türkiye’de

Kurumsal Yönetim Endeksine Dâhil İşletmelerde Bir Araştırma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 10 (1), s. 186.

Muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluğa katkısı;

- Muhasebenin ekonomik sorumluluklarına katkısı,
 - Muhasebenin hukuki sorumluluklarına katkısı,
 - Muhasebenin ahlaki sorumluluklarına katkısı,
 - Muhasebenin gönüllü sorumluluklarına katkısı
- olmak üzere dört açıdan incelenebilir.

3.2. Muhasebenin Ekonomik Sorumluluklara Katkısı

İşletmenin temel işlevlerinden biri olan muhasebe, belgelerin toplanarak, belli ilkeler çerçevesinde

kaydedilmesi, kaydedilen bilgilerin raporlanarak, analiz edilmesi ve yorumlanmasından sorumludur. Bütün bu işlemlerin doğru verilere dayanmasının önemi büyüktür. Dolayısıyla, devletin en önemli gelir kaynağı olan vergisinin tahsil edilmesi, sermaye piyasalarının doğru verilerle çalışması, yerli ve yabancı yatırımcılar ile finans ve kredi kurumlarının doğru bilgilenmesi gibi birçok önemli ihtiyaç muhasebe mesleğinin güvenilir, verimli ve etkin çalışmasıyla mümkündür. Bu nedenle, muhasebenin sosyal sorumluluğu özellikle işletmenin ekonomik sorumluluğuna katkıda bulunmaktadır.

Muhasebe uygulamalarındaki farklılık nedeniyle Dünya’da muhasebe mesleğini düzenleyen yasaların kabul edilmesi ve muhasebe bilgilerinden yararlanan grupların bildiği standardizasyon ihtiyacı muhasebe standartlarını gerekli kılmıştır. Muhasebe standartları, hesapların nasıl

resmedilmesi gerektiğini tanımlayarak, şirket raporlarının uluslararası sınırlar, kültürler ve farklı zamanlarda standart olarak hazırlanmasını sağlar. Standardizasyon amacı, farklı ülkelerde yerleşmiş organizasyonların finansal bilgilerini toplayarak ekonomik büyümeyi ve uluslararası ticareti kolaylaştırmaktır (Özkoç, Çelik ve Gönen, 2005: 140-141).

3.3. Muhasebenin Hukuki Sorumluluklara Katkısı

İşletmeler, kuruluşundan itibaren bütün faaliyetlerinde yasalarla belirlenen hak ve sorumluluklara uygun davranmak zorundadırlar. Söz konusu bu yasalar; ticaret, borç, vergi, sosyal sigorta, kıymetli evrak ve çevre yasalarını içermektedir. İşletmenin kurulmasından faaliyetlerinin yürütülmesi ve dağılıma aşamalarına kadar tüm alanlarda, muhasebe hukuki yükümlülükleri uygulayarak; yönetim bilgi sistemine katkı sunmaktadır. Finansal muhasebe, işletmenin finansal yapısını gösterecek şekilde verileri özgün kaynaklarından toplayıp ilgililere sunarken, vergi muhasebesi de mevzuattan kaynaklanan vergi vb. konularda form, beyanname, onay, bildirim ve raporları hazırlayarak ilgili kamu birimlerine sunma görevini üstlenir (Özkoç, Çelik ve Gönen, 2005: 141).

Böylece muhasebe çalışanının, uygulamalarına dayanak oluşturacak yasal mevzuatı çok iyi bilmesi, güncelliği sağlamak açısından değişiklikleri takip etmesi ve mevzuatı rehber olarak işlemlerini gerçekleştirmesi gerekmektedir.

3.4. Muhasebenin Etik Sorumluluklara Katkısı

Muhasebede meslek ahlakı bağımsızlığın, kendi kendine kontrolün ve ahlaki dürüstlüğün genel bir ifadesidir. Diğer bir ifadeyle, devlete, topluma ve diğer ilgili taraflara karşı yüksek ahlaki standartlarla oluşturulmuş değerlerle hizmet sunmaktır (Selimoğlu, 2006: 442). Temel görevleri topluma hizmet etmek ve toplumun çıkarlarını korumak olan muhasebe meslek mensuplarının, toplumun güvenini kazanabilmek için yüksek ahlaki standartlara sahip olmaları gerekir (Biçer, Akarçay ve Mülküt, 2017: 202).

Muhasebecilerin muhasebe işlemlerini yaparken çıkar guruplarına karşı birtakım mesleki sorumlulukları bulunmaktadır. Faaliyetlerinin tümünde mesleki ahlaki bakış açısına uygun vicdani

kararlar vermelidirler. Karar verirken kendi kişisel ve mesleki konumlarını yargılama sürecine katarlar. Muhasebecinin yapacağı bir uygulama ya da kişisel ve mesleki konumundan olumsuz etkilenme hissi, muhasebeciyi bazı uygulamaları yapmaktan alıkoyabilir veya hiç yapmak istemediği bir uygulamayı yapmasına sebep olabilir (Ünsal, 2008: 13).

3.5. Muhasebenin Gönüllü Sorumluluklara Katkısı

Kurumların çevre, eğitim, sağlık, sanat, kültür, spor gibi alanlarda gönüllü olarak gerçekleştirecekleri faaliyetlerin işletmeye sağlayacağı itibar ve saygınlık yanında ek maliyetleri de sözkonusudur. Bu doğrultuda, muhasebe tarafından fayda maliyet analizleri yapılarak alternatif gönüllü projeler içerisinden en uygun olanları gerçekleştirilecektir.

Çevresel sürdürülebilir işletmeler, doğal kaynaklar ile bu kaynakların yenilenme düzeylerini dikkate alan ve işletme faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan gaz salınımı, atık gibi çevreye zarar veren unsurları minimum düzeyde tutan işletmelerdir (Tüm, 2014: 64).

Çevre muhasebesi yoluyla işletmeler, yapmış oldukları çevresel maliyetleri, harcamaları ve yatırımları, muhasebe bilgi sistemlerinde kayıt altına alarak çevreye karşı sorumluluklarının yerine getirildiğine ilişkin bir kanıt sağlamaktadırlar. İşletmelerin muhasebe bilgi sistemlerinde bu tür çevresel verilerin kayıt altında olması işletme içine dönük alacağı çevresel kararlarda veri tabanı niteliğindedir. Ayrıca devletin çevreye yönelik çıkaracakları yasa ve yönetmeliklerde de esas oluşturmaktadırlar (Güney, 2015: 73).

İşletmelerin ekonomik performanslarının iyileştirilmesinde etkin bir araç olarak kullandıkları muhasebe, sosyal ilişkilerinin geliştirilmesinde de etkin bir rol oynayabilir. Ancak, günümüzde mevcut olan muhasebe usul ve esasları şirketlerin sosyal yönü açısından yetersiz kaldığından, *tam maliyet muhasebesi*, *sürdürülebilir maliyet hesaplamaları* ve *gölge muhasebe* gibi yeni muhasebe araçlarının geliştirilmesine çalışılmaktadır (Köroğlu ve Ersöz, 2015: 136).

SONUÇ

Kurumsal sosyal sorumluluk bilincine sahip olan işletmelerin, finansal açıdan kar elde etmenin ötesinde "iyi olmak" yani topluma fayda sunarak hayat standardını arttırma amacına sahip olmaları

gerekmektedir. Bu da, ekonomik, yasal, etik ve gönüllü düzeydeki sorumluluklarının bütünleştirilmesi ve eş zamanlı olarak uyum içinde yürütülmesi ile sağlanabilir.

Muhasebenin sosyal sorumluluğu ise; muhasebe uygulamalarında, muhasebe organizasyonunda, finansal tabloların hazırlanması ve sunulmasında, belli kişi ve gruplardan ziyade bütün toplumun fayda sağlaması ve dolayısıyla, gerçeğe uygun, tarafsız ve dürüst bir anlayışla faaliyette bulunmayı gerektirmektedir.

Bu bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk ve muhasebenin sosyal sorumluluğu arasındaki etkileşimi inceleyen bu çalışmada muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluğa olan katkıları aşağıda özetlenmiştir:

- Muhasebe bilgi sistemi, sunmuş olduğu faaliyet raporları ile devlet, sermaye piyasaları, yerli ve yabancı yatırımcılar ile finans ve kredi kurumlarının doğru bilgilenmesini sağlayarak en fazla katkıyı ekonomik sorumluluklara yapmaktadır.
- Tüm işlemlerini yasalarla belirlenen hak ve yükümlülükler çerçevesinde gerçekleştirerek yasal sorumluluklara katkıda bulunmaktadır.
- Şeffaflık, toplumu aydınlatma, hesap verebilirlik ve güvenilirlik gibi ilkeler ve ahlaki birtakım değerler ve normlar doğrultusunda faaliyette bulunarak etik sorumluluklara katkıda bulunmaktadır.
- Son olarak, kurum tarafından gerçekleştirilmesi planlanan gönüllü sorumlulukların uygulanabilirliğin tespit edilmesinde gerçekleştirdiği fayda-maliyet analizleriyle gönüllü sorumluluklara katkıda bulunmaktadır.

Böylece, kurumsal sosyal sorumluluk bilincine sahip olan ve bu bilince muhasebe uygulamalarında yer veren kurumların topluma, çevreye ve tüm paydaşlara sağladıkları önemli faydalar kendilerine saygınlık ve itibar olarak geri dönecektir.

KAYNAKÇA

- Aktan, C., ve Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, İstanbul, İGİAD Yayınları: 4, Ed. Coşkun Can Aktan.
- Argüden, Y. (2002). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. İstanbul, ARGE Danışmanlık Yayınları, No: 03.
- Ateş, B. A., ve Senal, S. (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kapsamında Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu: Süleyman Demirel Üniversitesi'nde Bir

Araştırma. Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:16, Sayı:1, 71-85.

Biçer, A. A., Akarçay, V.ve Mülküt, U. (2017). Etik Değerlerin Muhasebe Mesleğinin İtibarı Üzerindeki Rolü, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl: 16, Sayı: 31, 197-20.

Büyüksalvarcı, A., Şapçılar M. C., ve Uyaroğlu, A. (2016). Kurumsal Oteller ve Sosyal Sorumluluk Projelerinin Değerlendirilmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi, Sayı:12, 187-194.

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, Vol. 34, 39-48.

Cingöz, A.,ve Akdoğan, A. A. (2012). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Kayseri İli'nde Bir Uygulama. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16 (3): 331-349.

Crowther, D., ve Aras, G. (2008). Corporate Social Responsibility. Virginia, ABD Virgin Adaları: Ventus Publishing.

Dahlsrud, A. (2006). How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, (15), 1-13.

Daştan, A., ve Bellikli U. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Etkileşimi: Türkiye'de Kurumsal Yönetim Endeksine Dâhil İşletmelerde Bir Araştırma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 10 (1), 177- 208.

Demir, B. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 2(3), 225-233.

Güney, C. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları Açısından Çevre Muhasebesi. Turan-Sam Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi, Issn: 1308-8041, E-Issn: 1309-4033; Cilt: 7/Kış, Sayı: 25, 67-79.

Hacırüstemoğlu, R. (2009). Muhasebede Uzmanlaşma. Mali Çözüm Dergisi, Sayı: 93, 17-28.

İliç, D. İ. (2010). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması. Ege Akademik Bakış Dergisi, 10 (1), 303-318.

Koroğlu, Ç., ve Ersöz, H. Ö. (2015). Muhasebe Meslek Mensuplarının Bakış Açılarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Muhasebe İlişkisi. Journal Of Accounting, Finance And Auditing Studies, Year: 15, Volume: 1, Issue: 3, 123-153.

Matten, D., ve Moon, J. (2008). "Implicit" and "Explicit" Csr: A Conceptual Framework For a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. Academy of Management Review, Vol: 33, No: 2, 404-424.

Özalp, İ., Tonus, Z. ve Sarıkaya, M. (2008). İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/Vol: 8, Sayı/No: 1, 69-84.

Özdemir, H. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Marka İmajına Etkisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl:8, Sayı:15, 57-72.

Özkoç, A.E., Çelik, M. ve Gönen, S. (2005). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Muhasebenin Sosyal

- Sorumluluğu. Muhasebe ve Finansman Dergisi (MUFAD), Sayı: 27: 134-145.
- Selimoğlu, S. (2006). Türk Muhasebe Uygulamalarında Etik. Mali Çözüm, İSMMMO Süreli Yayınları, ISSN 1303-5444, 437-456.
- Tüm, K. 2014. Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Muhasebeye Yansımaları: Sürdürülebilirlik Muhasebesi, İnönü Üniversitesi Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Cilt 5, Sayı 1: 58-81.
- Ünsal, A. (2008). İşletmelerde Muhasebe Yöneticilerinin Etiksel Karar Süreci, KİİBF Dergisi, Yıl:10, Sayı:14, 1-19.
- Valor, C. (2005). Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability. *Business and Society Review*, 110 (2), 191-212.
- Weber, M. (2008). The Business Case For Corporate Social Responsibility: A Company-Level Measurement Approach For CSR. *European Management Journal*, Vol: 26, 247-261.
- Yılmaz, B., ve Alkan, A. T. (2006). Muhasebenin Sosyal Sorumluluk Kavramı Açısından Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Kurumsal Yönetim Anlayışının Algılanma Biçimi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 16, 729-738.
- 1 Seri No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (Yayın Tarihi: 26.12.1992), <http://www.ismmmo.org.tr/html.asp?id=4003> (03.09.2017)