

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİNE İLİŞKİN ÇALIŞAN ALGILARI İLE ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN HİZMET SEKTÖRÜNDE İNCELENMESİ

Turhan ERKMAN*
Fatih ŞAHİNOĞLU**

Özet

Bu araştırma; çalışanların işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin algılamaları ile örgütlerine olan bağlılıkları arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Amaç doğrultusunda hazırlanan anket yolu ile İstanbul’da faaliyet gösteren Danimarka menşeli bir işletmenin beyaz yakalı çalışanları araştırmaya dahil edilerek veri toplanmıştır.

Veriler SPSS 17.0 istatistiksel programında analiz edilmiştir. Anket sorularının güvenilirliğinin belirlenmesinde Cronbach’s Alpha katsayısından; çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılamaları ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde ise korelasyon analizinden faydalanılmıştır.

Araştırma sonucunda araştırmaya katılan çalışanların; çalıştıkları işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin algılamalarının, örgütsel bağlılık düzeyleri ile istatistiksel açıdan pozitif yönlü ilişkiler içerisinde olduğu ve çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılamaları yükseldikçe örgütlerine olan bağlılıklarının arttığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Örgütsel Bağlılık

JEL Sınıflaması: M10, M14

* Doç. Dr. Turhan Erkmen - YTÜ / İİBF İşletme Bölümü

** Fatih Şahinoğlu - YTÜ / Sos. Bil. Enst. İnsan Kaynakları Yön. Y.Lisans Programı

AN ANALYSIS ON EMPLOYEE PERCEPTIONS ABOUT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIVITIES AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN SERVICE SECTOR

Abstract

This research has been conducted to determine the relationship between employees' perception of corporate social responsibility and their commitment to their organizations.

In accordance with this purpose, research data was collected by using the questionnaire that was delivered to the white collar employees working at a company rooted in Denmark and located in Istanbul.

Collected data was analyzed by SPSS 17.0 statistical software program. For determining the items for the questionnaire, Cronbach's Alpha's coefficient was used and for analyzing the relationship between employees' perceptions of corporate social responsibility and their levels of organizational commitments, correlation analysis was performed.

As a result of this research; it was observed that the employees' comprehension of corporate social responsibility had a positive and significant relationship with organizational commitment and that the further the level of employees' perception of social responsibility develops, the more their organizational commitments increase.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Organizational Commitment*

JEL Classification: *M10, M14*

1. Giriş

Kurumsal sosyal sorumluluk son yıllarda gerek literatürde gerekse uygulamada sıklıkla yer verilen bir kavram olarak dikkat çekmektedir. En yalın biçimiyle kurumsal sosyal sorumluluk; işletmelerin görevlerinin yalnızca mal ve hizmet üreterek ekonomik sorumluluklarını yerine getirmekle sınırlı olmadığı, bunun yanında çalışanlarına, müşterilerine, hisse sahiplerine, rakiplerine, tedarikçilerine ve her şeyden önemlisi içinde yaşadığı topluma ve çevreye karşı yerine getirmesi gereken sorumluluklarının bulunduğunu ifade eden bir kavramdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk, özellikle ilerleyen teknoloji ve artan rekabet ortamında işletmelerin diğer işletmelerden farklı olduğunu ortaya koymasına noktasında müşteri ve çalışan memnuniyetinin artmasını sağlayarak, örgütün imajına ve itibarına önemli değerler kazandırmaktadır.

Diğer taraftan işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve rekabette ön planda yer alabilmeleri, işletmenin fiziksel ve ekonomik olanaklarının yanında çalışanlarının örgütlerine olan katkılarıyla gerçekleşebilmektedir. Örgütsel bağlılık, çalışanın örgüt çıkarlarını kendi çıkarlarından üstün görmesi olarak tanımlanabilir. Çalışanların örgütlerine olan bağlılıklarını etkileyen kişisel ve örgütsel pek çok faktör bulunmak-

tadır. İnsanın çalıştığı örgüte karşı tutumları, davranışları ve örgütteki mevcut uygulamalar bağlılık düzeyini etkilemektedir.

Çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini etkileyebileceği düşünülen işletme uygulamaları arasında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin de önemli bir yer tutabileceği düşüncesinden hareketle bu çalışmada; çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılamaları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmektedir.

2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Günümüz dünyasında ekonomik, teknolojik ve politik gelişmeler toplumları oluşturan tüm birimlerin birbirine olan bağımlılığını arttırmaktadır. Refah düzeyinin gelişmesi ve sürdürülebilir kılınması için bireylere olduğu kadar kurumlara da önemli sorumluluklar düşmektedir¹. Zaman içinde bireylerin daha fazla bilinçlenmesi ve ayrıca çoğalan küresel sorunlar, toplumun işletmelerden beklentisini oldukça değiştirmiştir. Toplum, işletmelerden artık sadece ürün ve hizmet üretmelerini değil, bunun yanı sıra birer kurumsal vatandaş olarak toplumsal sorunlara da müdahalede bulunmalarını talep etmektedir.

Bu bağlamda sosyal sorumluluk kavramı, “işletmenin ekonomik faaliyetlerinin, onunla ilgili tarafların (hissedarlar, çalışanlar, tüketiciler ve nihayet tüm toplumun) hiçbirinin çıkarlarına zarar verilmeden yönetilmesi²” şeklinde tanımlanabilir.

Kotler’e göre ise kurumsal sosyal sorumluluk, isteğe bağlı iş uygulamaları ve kurumsal kaynakların katkıları aracılığıyla toplumun refahını iyileştirmek için üstlenilen bir yükümlülüktür³.

Avrupa Birliği Komisyonu tarafından 2001 yılında hazırlanmış olan Yeşil Dosya’da (Green Paper) kurumsal sosyal sorumluluk “şirketlerin ekonomik aktivitelerine ve menfaat sahipleri ile olan ilişkilerine, gönüllülük esaslı çerçevesinde birtakım sosyal ve çevresel beklentileri/unsurları dahil etmeleri durumunu ifade eden bir kavram” olarak tanımlanmıştır⁴.

2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Amacı ve Önemi

İşletme açısından sosyal sorumlu olmak sadece asgari yasal koşullara uyma

¹ Begüm Tatari, **Şirketlerin Toplumla İlişkisinde Yükselen Değer: Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İzmir, İzmir Ticaret Odası Yayını, 2003, s.2

² Ömer Dinçer, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, 5. bs., İstanbul, Beta Yayınları, 1998, s.155

³ Philip Kotler - Nancy Lee, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, çev. Sibel Kaçamak, İstanbul, MediaCat Yayınları, 2006, s.2-3

⁴ Erkan Özgüç, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” Ankara, Sermaye Piyasası Kurulu Yeterlik Etüdü, Sermaye Piyasası Kurulu Ortaklıklar Finansmanı Dairesi, 2005, s.3, (Yayınlanmamış Uzmanlık Yeterlik Tezi)

ya da saygı gösterme anlamına gelmemektedir. Amaç, yasal düzenlemelerin ötesinde insana, çevreye ve işletmenin ürün ve hizmetlerine yatırım yapmaktır⁵.

İşletmeleri değerli kılan ya da fark yaratan artık sadece ürettikleri mal ya da sundukları hizmetin kalitesi değil, topluma kattıkları ya da kazandırdıkları değerlerdir. Bu da sosyal sorumluluk ruhunu taşımakla olabilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, işletmeler için aynı zamanda bir değer yaratımı sürecidir. Bu değer yaratımı ve sürekli kılınması esas olmalıdır. Çünkü çalışanlar artık, inandıkları şeyler uğruna ve yaşadıkları dünyanın gelişimine katkı sağlamak için çalışmak istemektedirler. Tüketiciler için de artık sadece bir ürünün/hizmetin maddi değeri ve kalitesi onu satın almak için yeterli değildir. Satın aldıkları ürünün arkasındaki işletmenin toplum için ne yaptığına da bakmaktadırlar⁶.

Kurumsal sosyal sorumluluğun yerine getirilmesi, her şeyden önce, organizasyonun kamuoyundaki imajını ve saygınlığını arttırmaktadır. Çalışanlar ve müşteriler, organizasyona 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 kârlılığı yükselir. Organizasyonun toplumla, yerel ve merkezi devlet organlarıyla olan ilişkileri gelişir ve güçlenir⁷.

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

Sosyal sorumluluğun kapsamı ele alınırken, bu yönde geliştirilen “sosyal sorumluluk piramidi” genel bir bilgi verebilir.

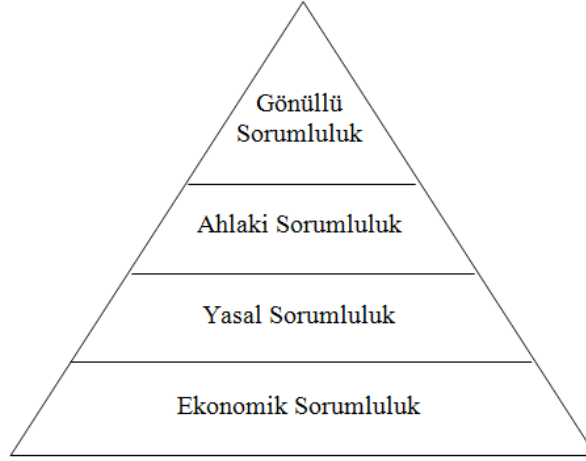
Sosyal sorumluluk piramidi sosyal sorumluluğun dört unsurunu oluşturur. Bu piramit, temel yapı taşı olan ekonomik sorumlulukla başlar. Kurumların aynı zamanda yasalara uyması beklenir çünkü kanunlar toplumun kabul edilebilir ve kabul gören yazılı kurallarıdır. Bir sonraki basamak ise, kurumların ahlaki sorumluluk sahibi olmalarıdır. En temel adım doğru, adil ve adaletli olanı yapma ve paydaşlara (çalışanlar, müşteriler, çevre ve diğerleri...) verilecek zarardan kaçınma veya bu zararı minimize etmektir. Son olarak kurumların iyi birer vatandaş olması beklenir. Bu sorumluluk toplumun yaşam kalitesini yükseltme ve insan kaynaklarına finansal katkıda bulunma türünde eylemlerdir⁸.

⁵ Ali Rıza Büyükuslu, “Avrupa Birliği Yeşil Dosyası: İşletme Sosyal Sorumluluğu (The Corporate Social Responsibility-CSR)”, http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=425&id=25, Erişim Tarihi (29.05.2011)

⁶ Ebru Özgen, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi”, **Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı 8, 2007, s.1-2

⁷ İsmet Barutçugil, **Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi**, İstanbul, Kariyer Yayıncılık, 2004, s.222

⁸ Archie B. Carrol, “The Pyramid Of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management Of Organizational Stakeholders”, **Business Horizons**, July-August 1991, s.43



Kaynak: Mark S. Schwartz - Archie B. Carrol, "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach" *Business Ethics Quarterly*, Vol 13, No 4, October 2003, s.504

Şekil 1: Sosyal Sorumluluk Piramidi

2.3.1. Ekonomik Sorumluluk

Tarihsel süreç içerisinde değerlendirildiğinde, işletmelerin ekonomik amaçlı kuruldukları ve çalıştırıldıkları görülmektedir. Ekonomik sorumluluklardan bahsederken, öncelikle diğer bütün sorumlulukların bu sorumluluğun varlığına dayandığı belirtilmelidir. Carroll, kurumsal sosyal sorumluluğun ekonomik bileşenlerini işletmelerin; her hissenin kazancını maksimize edecek biçimde çalışmalarını, mümkün olduğunca yüksek kârı gerçekleştirmeye kendilerini adanmaları, rekabetçi konumlarını korumaları, yüksek düzeyde organizasyonel etkinliği sürdürmeleri ve kârlılıkta sürekliliği sağlamaları olarak belirtmektedir⁹.

2.3.2. Yasal Sorumluluk

Yasal sorumluluk, işletmelerin ekonomik faaliyetlerini sürdürürken belirli yasal ve denetim kısıtlarını da göz önünde bulundurmaları gerektiğini ifade etmektedir¹⁰.

Yasal sorumluluklar, piyasadaki rekabeti yönetmeye yönelik olarak toplum tarafından konulan yasalara işletmelerin uyacağı beklentisiyle ilişkilidir. Kurum ve kuruluşların, faaliyetlerini yürütürken, üstlenmiş oldukları tüketici ve ürün kanunları, çevre kanunu ve iş kanunu gibi binlerce yasal sorumlulukları vardır¹¹.

⁹ Halis Yunus Ersöz, *Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyetleri, Rol ve Önemleri*, İstanbul, İTO Yayınları, 2007, s.30

¹⁰ Şule Çerik - Emel Özarlan, "Çalışanların Sosyal Sorumluluk Boyutlarına İlişkin Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama", *Ege Akademik Bakış*, Cilt 8, Sayı 2, 2008, s.592

¹¹ "Corporate Social Responsibility", <http://www.referenceforbusiness.com/management/Comp-De/Corporate-Social-Responsibility.html>, Erişim Tarihi (05.06.2011)

2.3.3. Ahlaki Sorumluluk

Ahlaki sorumluluk, topluma karşı dürüst ve adil hareket ederek topluma zarar vermekten kaçınmaktır¹². Gerek ekonomik ve gerekse yasal sorumluluklar etik değerleri kapsar. Ancak, yasalarda belirtilmemekle birlikte uyulması gereken davranışlar da vardır. Ahlaki sorumluluklar; toplumsal değer ve etik normlara uygun çalışılması, toplumda yeni ortaya çıkan veya zamanla değişen etik normların benimsenmesi, bunlara saygı gösterilmesi ve işletme amaçlarını gerçekleştirmek için etik normlara gölge düşürülmesinin önlenmesidir¹³.

2.3.4. Gönüllü Sorumluluk

Gönüllü sosyal sorumluluklar, kurum ve yöneticiler için zorunluluk ifade etmeyen ancak kurum ve kuruluşun toplumda oluşturduğu iyi niyeti güçlendiren ya da kurum ve kuruluşun bulunduğu çevre tarafından iyi yurttaş olarak algılanmasına katkıda bulunan sosyal sorumluluk düzeyi olarak önem taşımaktadır¹⁴.

Gönüllü sorumluluk kapsamına, işletmenin kaynaklarından bir kısmını sanatsal, eğitsel ve toplumsal projelere ayırması girmektedir. Gönüllülük sorumluluklarının temelinde hayırseverlik yatmaktadır¹⁵.

2.4. İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

Sosyal sorumluluklar üstlenmiş işletmelerin sosyal sorumluluk alanlarını belirlemesi; çevresindeki sosyal sorunları görebilmesi, sorunlara etkili çözümler getirebilmesi ve elindeki kaynakları etkili ve yerinde kullanabilmesi açısından önem arz etmektedir. Bunlar sosyal sorumluluğun kapsam ve sınırlarını oluşturmaktadır¹⁶. Buna göre işletmelerin sosyal sorumluluk alanlarını tüketicilere karşı sorumluluklar, toplum ve çevreye karşı sorumluluklar, hisse sahiplerine karşı sorumluluklar, çalışanlara karşı sorumluluklar, devlete karşı sorumluluklar ve uluslararası topluma karşı sorumluluklar şeklinde sıralamak mümkündür¹⁷.

¹² Z. Eser Nalbant, “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı”, **Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt 12, Sayı 1, 2005, s.195

¹³ Ersöz, **a.g.k.**, s.31

¹⁴ Çerik - Özarslan, **a.g.m.**, s.593

¹⁵ Ünal Ay, **İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk**, Adana, Nobel Kitabevi, 2003, s.39-40

¹⁶ Erol Eren, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, İstanbul, Beta Yayınları, 2000, s.103

¹⁷ Adnan Çelik “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk**, ed. Coşkun Can Aktan, İstanbul, İGİAD Yayınları, 2007, s.66-75; Ali Halıcı “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stratejileri Çanakkale İlinde Bir Araştırma”, **Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt 7, Sayı 1, 2001, s.16-20; Mehmet Nejat Özüpek, “Kurum İmajında Sosyal Sorumluluk Kurumsal ve Uygulamalı Bir Çalışma”, Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004, s.46-72, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)

3. Örgütsel Bağlılık

3.1. Örgütsel Bağlılık Tanım ve Kapsamı

Örgütsel bağlılık kavramı farklı şekillerde tanımlanmış ve değerlendirilmiştir. Örgütsel bağlılık, işgörenin örgütün gereksinimleriyle kendi tanımlamalarını örtüştürme derecesi olarak tanımlanabilir¹⁸.

Örgütsel bağlılık, örgüte pasif bir itaatten daha fazlasını ifade eder. Örgüt ile birey arasındaki bağ aktiftir çünkü bireyler örgütün daha iyi olabilmesi için kendileriyle ilgili birtakım fedakarlıklar yapmaya hazırdır¹⁹.

İşletmeye bağlılığın ögeleri ise örgütün amaç ve değerlerini kabullenme ve bunlara güçlü bir inanç duyma, örgüt yararına beklenenden daha fazla çaba harcama, örgüt üyeliğinin devamı için güçlü bir istek duymadır²⁰.

3.2. Örgütsel Bağlılığın Önemi

Yönetim biliminin ilk çalışmalarında mekanik bir unsur olarak değerlendirilen insan, daha sonra sosyal yönü dikkate alınarak incelenmiş ve bugün örgütün vazgeçilmez bir ögesi olan entelektüel sermaye olarak algılanmaya başlanmıştır. Bu çerçevede, örgütsel davranış alanında yürütülen çalışmalardan örgütsel bağlılık; örgütler için en temel değer haline gelen insan unsurunun etkin kullanımını açısından önem arz eden bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır²¹. Konuyla alakalı olarak yapılan araştırmalara bakıldığında örgütsel bağlılık düzeyinin yükselmesiyle, örgütsel işleyişe katılımın ve performansın artış gösterdiği görülmektedir.

Örgütsel bağlılık, kurum üyelerinin kurumlarını benimsemesi, aidiyet duygusunun güçlenmesi, kişilerin kurumlarıyla özdeşleşerek o kurumun bir üyesi olmaktan haz duyması, kurumunun dış çevrede gönüllü tanıtıcısı ve savunucusu olması gibi pek çok olumlu tutum ve davranışın ortaya çıkmasını sağlayan önemli bir kavramdır²².

¹⁸ Alan T. Lord - F Todd Dezoort, "The Impact Of Commitment And Moral Reasoning On Auditors' Responses To Social Influence Pressure", **Accounting, Organizations and Society**, Vol 26, No 3, April 2001, s.219

¹⁹ Robert J. Vandenberg - Vida Scarpello, "A Longitudinal Assessment Of The Determinant Relationship Between Employee Commitments To The Occupation And The Organization", **Journal of Organizational Behavior**, Vol 15, No 6, November 1994, s.535

²⁰ Natalie J. Allen - John P. Meyer, "Organizational Socialization Tactics: A Longitudinal Analysis Of Links To Newcomers Commitment And Role Orientation", **Academy of Management Journal**, Vol 33, No 4, December 1990, s.847-858

²¹ Metin Atak, "Öğrenen Örgüt ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi", Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009, s.84, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)

²² Turhan Erkmek - Şule Çerik, "Kurum İmajını Oluşturan Kurum Kimliği Boyutları Bağlamında Örgütsel Bağlılığın İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama", **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Öneri Dergisi**, Cilt 7, Sayı 28, Haziran 2007, s.107-108

3.3. Örgütsel Bağlılık Sınıflandırmaları

Örgütsel bağlılığın tanımlanmasında ortaya çıkan farklı yaklaşımlar doğrultusunda örgütsel bağlılık sınıflandırmaları da değişkenlik göstermektedir. Literatürde yer alan başlıca örgütsel bağlılık sınıflandırmalarına şu şekilde yer verilmiştir: Örgütsel bağlılık, Kanter (1968) tarafından devamlılık bağlılığı, bağdaşım (cohesion) bağlılığı ve kontrol bağlılığı; Mowday, Porter ve Steers (1982) tarafından duygusal bağlılık ve tutumsal bağlılık; O'Reilly ve Chatman (1986) tarafından, uyum bağlılığı, özdeşleşme bağlılığı ve içselleştirme bağlılığı; Allen ve Meyer (1990) tarafından, duygusal bağlılık, devamlılık bağlılığı ve normatif bağlılık şeklinde sınıflandırılmıştır. Ancak örgütsel bağlılıkla ilgili araştırmaların genellikle Allen ve Meyer (1990) tarafından ortaya konulan üçlü bağlılık modelini esas aldıkları görülmektedir²³.

3.3.1. Allen ve Mayer'in Örgütsel Bağlılık Sınıflandırması

Allen ve Meyer, örgütsel bağlılığı "işgörenlerin örgütle ilişkisini yansıtan psikolojik bir bağ" olarak tanımlamakta ve örgütsel bağlılığın üç ana ögeye dayandığını ileri sürmektedir. Bu ögeler; duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devamlılık bağlılığıdır²⁴.

3.3.1.1. Duygusal Bağlılık

Duygusal bağlılık, işletmede çalışan bireylerin duygusal olarak kendi tercihleri ile işletmede kalma arzusu olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlılıkta, çalışanlar, kendilerini örgütün bir parçası olarak görmekte, örgüt onlar için büyük bir anlam ve öneme sahip olmaktadır²⁵.

İşgörenin örgüte duygusal bağlılığını ve onunla bütünleşmesini ifade eden bu tür bağlılıkta, çalışanların örgütte kalma nedeni, örgütün amaçlarıyla özdeşleşmeleridir. Güçlü duygusal bağlılıkla örgütte kalan çalışanlar, buna gereksinim duyduklarından değil, bunu istedikleri için örgütte kalmaya devam etmektedirler²⁶. Bu yüzden, örgütlerde gerçekleşmesi en çok arzu edilen ve çalışanlara aşılacak istenen bağlılık türüdür²⁷.

²³ Hande Mimaroglu, "Psikolojik Sözleşmenin Personelin Tutum ve Davranışlarına Etkileri: Tıbbi Satış Temsilcileri Üzerinde Bir Araştırma" Adana, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008, s.78, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)

²⁴ John P. Meyer - P. Gregory Irving - Natalie J. Allen, "Examination Of The Combined Effects Of Work Values And Early Work Experiences On Organizational Commitment", **Journal of Organizational Behavior**, Vol 19, No 1, January 1998, s.32

²⁵ Elbeyi Pelit - Yasin Boylu - Evren Güçer, "Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Akademisyenlerinin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma", **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı 1, 2007, s.89

²⁶ Azmi Yalçın - Fatma Nur İplik, "A Grubu Seyahat Acentalarında Çalışanların Örgütsel Bağlılıklarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 18, 2007, s.486

²⁷ Nermin Uyguç - Dilek Çımrın, "DEÜ Araştırma ve Uygulama Hastanesi Merkez Labora-

3.3.1.2. Normatif Bağlılık

Çalışanların ahlaki bir görev duygusuyla ve işletmeden ayrılmamanın gereğine inandıkları için kendilerini örgüte bağlı hissetmeleri olarak ele alınan bu bağlılıkta; bireylerin örgüte bağlılık duymalarında, yaptıklarının doğru ve ahlaki olduğuna inanmaları etkili olmaktadır²⁸. Yani normatif bağlılıkta işgörenler, sadakat ve minnettarlık duygusunun çok önemli olduğuna inanmakta ve çalışmaya devam etme konusunda ahlaki açıdan bir zorunluluk hissetmektedirler.

3.3.1.3. Devamlılık Bağlılığı

Devam bağlılığı, çalışanların örgütten ayrılmalarının getireceği maliyeti ve olumsuzlukları dikkate alması, bir zorunluluk olarak işletmede çalışmaya devam etmesi şeklinde tanımlanmaktadır²⁹.

Buna göre bağlılık, bir işgörenin örgütte çalıştığı süre içerisinde harcadığı emek, zaman ve çaba ile edindiği statü, para gibi kazanımlarını, örgütten ayrılması sonucunda kaybedeceği düşüncesiyle oluşan bağlılıktır. Çalışan, organizasyondan ayrılmakla karşılaşacağı maliyet ve güçlükler nedeniyle, istese de ayrılamamaktadır³⁰.

Yukarıda açıklanan her üç bağlılığın ortak noktası, kişi ile örgüt arasında örgütten ayrılma olasılığını azaltan bir bağın olmasıdır. Yani, bu üç bağlılık türünde de işgörenler örgütte kalmaya devam etmektedirler. Ancak, birincisinde örgütte kalma güdüsü isteğe, ikincisinde yükümlülüğe ve üçüncüsünde ise gereksinime dayanmaktadır³¹.

3.4. Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Faktörler

Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler; kişisel ve örgütsel faktörler olmak üzere iki grup altında incelenebilir.

Kişisel faktörler yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, örgütte çalışma süresi, kişilik özellikleri ve medeni durum gibi unsurlardan oluşmaktadır³².

tuvarı Çalışanlarının Örgüte Bağlılıklarını ve İşten Ayrılma Niyetlerini Etkileyen Faktörler”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt 19, Sayı 1, 2004, s.92

²⁸ Kofi Obeng - Isaiah Ugboro, “Organizational Commitment Among Public Transit Employees: An Assessment Study”, **Journal Of The Transportation Research Forum**, Vol 57, No 2, Spring 2003, s.83-98

²⁹ John P. Meyer - Natalie J. Allen, **Commitment in The Workplace: Theory, Research and Application**, California, Thousand Oaks SAGE: Publications, 1997, s.11

³⁰ Natalie J. Allen - Douglas B. Grisaffe, “Employee Commitment To The Organization And Customer Reactions: Mapping The Linkages”, **Human Resource Management Review**, Vol 11, No 3, Autumn 2001, s.209-236

³¹ Obeng - Ugboro, **a.g.m.**, s.83-98

³² Hatice Güçlü, **Turizm Sektöründe Durumsal Faktörlerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi**, Eskişehir, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2006, s.57-73; Tamer Gündoğan, “Örgütsel Bağlılık: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Uygulaması”, Ankara, Türkiye

Çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini etkileyen örgütsel faktörler ise; yönetim, ücret, örgüt büyüklüğü, örgüt kültürü, rol çatışması ve belirsizliği, örgütsel adalet, örgütsel ödüller, monotonluk, stres, sosyal güvenlik, takım çalışması, iletişim, iş tatmini ve kariyer olarak sınıflandırılmaktadır³³.

4. Çalışanların İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarına İlişkin Algılamalarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi Üzerine Literatür Taraması

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, literatürde en çok tartışılan kavramlardan biri olmasına rağmen çoğunlukla dış hedef kitle ve kurumsal imaj üzerindeki etkileri araştırılan bir alandır. Diğer taraftan sınırlı sayıda da olsa KSS'nin iç hedef kitle ile ilişkisini konu edinen araştırmalar da mevcuttur. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Örgütsel Bağlılığı nasıl ve ne yönde etkileyebileceğini gösteren bazı araştırma sonuçları aşağıda verilmiştir:

Brammer, Millington ve Rayton (2005), gerçekleştirdikleri çalışmada işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluklarının örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini cinsiyete göre inceleyen bir model kullanarak araştırmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif bir ilişki söz konusudur. Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç ise kurumsal sosyal sorumlulukların örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin izlenen politikalara ve çalışanların cinsiyetine göre çeşitlilik göstermesidir. Buna göre kadın çalışanlar prosedürel adalete ve dışa dönük KSS faaliyetlerine önem verirken; erkek çalışanlar daha çok kişisel gelişimlerini ve eğitim koşullarını önemsemektedir³⁴.

Hasanaov (2010), Azerbaycan'da faaliyet gösteren büyük ölçekli bir işletme olan Azersun Holding'in beyaz yakalı 215 çalışanı üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada çalışanların, sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin algılarının örgütsel bağlılıkları üzerinde etkisinin olup olmadığını belirlemeyi amaçlamıştır. Bu çalışmada, işletmenin sosyal sorumlulukları ekonomik, yasal, ahlaki ve gönüllü sorumluluklar şeklinde dört boyutlu yaklaşım ile ele alınmıştır. Çalışanların başta yasal sorumluluk olmak üzere, ahlaki ve gönüllü sorumluluk algılamalarının örgüte bağlılıkları üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu; ekonomik sorumluluk algılamaları-

Cumhuriyet Merkez Bankası İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü, 2009, s.20-27, (Yayınlanmamış Uzmanlık Yeterlilik Tezi); Selen Doğan - Selçuk Kılıç, "Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirmenin Yeri ve Önemi", **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 29, Temmuz-Aralık 2007, s.50

³³ Yavuz Demirel, "Örgütsel Bağlılık ve Üretkenlik Karşılı Davranışlar Arasındaki İlişkiye Kavramsal Yaklaşım", **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı 15, Bahar 2009, s.118-122; Refik Balay, **Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2000, s.61-64; Mehmet İnce - Hasan Gül, **Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık**, Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları, 2005, s.79

³⁴ Steven Brammer - Andrew Millington - Bruce Rayton, "The Contribution of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment", **The International Journal of Human Resource Management**, Vol 18, No 10, October 2007, s.1701-1719

nın ise örgütsel bağlılıklarına etki etmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, araştırma kapsamındaki çalışanların cinsiyet, yaş ve şirkette çalışma süresi gibi demografik özelliklerinin ekonomik, yasal, ahlaki ve gönüllü sorumluluk algılamalarının hiç biri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı da ortaya konmuştur³⁵.

Türker (2008), Türkiye’deki farklı işletmelerde çalışan 269 kişi üzerinde bir araştırma yapmış, işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri çerçevesinde çalışanların KSS algılamalarının örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmanın sonucuna göre “Sosyal ve sosyal olmayan paydaşlara”, “Çalışanlara” ve “Müşterilere” yönelik sosyal sorumluluk algılamaları ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı ilişkiler olduğu ortaya konmuştur³⁶.

Özdemir (2007), OPET firmasının çalışanlarıyla, kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarının örgütsel özdeşleşme, örgütsel bağlılık ve iş tatminine etkisini belirlemeyi amaçlayan bir araştırma yapmıştır. Bu amaç doğrultusunda 127 beyaz yakalı çalışanın katılımıyla gerçekleştirilen uygulamada, çalışanların KSS’nin dört alt boyutu olan ekonomik, yasal, ahlaki ve gönüllü sorumluluk algılamaları ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu araştırmaya göre çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerinde en fazla etkiye sahip olan sorumluluk boyutunun Gönüllü Sorumluluk alt boyutu, sonrasında da Ahlaki Sorumluluk alt boyutu olduğu tespit edilmiştir³⁷.

Ali, Rehman, Irsad Ali, Yousaf ve Zia (2010), Pakistan’da çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren firmalarda çalışan 371 kişi üzerinde yaptıkları araştırmada, çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılarının örgütsel bağlılık düzeyleri ve örgütsel performansları üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonunda kurumsal sosyal sorumluluk ile çalışanların örgütsel bağlılıkları, kurumsal sosyal sorumluluk ile örgütsel performans ve örgütsel bağlılık ile örgütsel performans arasında pozitif ilişkiler olduğu ortaya konmuştur. Sonuç itibarıyla bu araştırma; organizasyonların toplumun ihtiyaçlarını tespit etme ve bu ihtiyaçları karşılama, daha iyi bir çevre için çalışma, çalışanların refah düzeyini artırma, müşteriler için daha kaliteli ürünler ortaya çıkarma ve yasalara uygun çalışma gibi toplumsal faaliyetler içine girerek çalışanlarının kurumsal bağlılıklarını ve performanslarını arttırabileceklerini ortaya çıkarmıştır³⁸.

³⁵ Vusal Hasanov, “Çalışanların İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarına İlişkin Algılamalarının Örgütsel Bağlılığa Etkisi”, Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)

³⁶ Duygu Türker, “How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment”, **Journal of Business Ethics**, Vol 89, No 2, October 2009, s.189-204

³⁷ Hilal Özden Özdemir, “Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminine Etkisi: OPET Çalışanlarına Yönelik Uygulama”, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)

³⁸ Imran Ali - Kashif Ur Rehman - Syed Irshad Ali - Jamil Yousaf - Maria Zia, “Corporate Social Responsibility Influences, Employee Commitment and Organizational Performance”, **African Journal of Business Management**, Vol 4, No 13, October 2010, s.2796-2801

5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Örgütsel Bağlılıklarıyla Olan İlişisine Yönelik Bir Uygulama

5.1. Araştırmanın Amacı

Kurumsal Sosyal Sorumluluk uygulamalarının, özellikle de ABD ve Avrupa'nın gelişmiş ülkelerinde, toplumun birçok kesimi tarafından kabul görülüp desteklenmesinin en önemli sebebi, bu faaliyetlerin her kesimin lehine sonuçlar doğurduğunun uygulama ve araştırmalarla ortaya konulmuş ve paydaşlar tarafından anlaşılmış olmasıdır. KSS'nin ülkemizde de istenen seviyede önem görmesinin ve sonucunda da işletmelerin toplum ihtiyaçlarını giderici faaliyetlerde bulunmasının sağlanması için, bu türden faaliyetlerin katkı ve yararlarının araştırmalarla gözler önüne serilmesi gerekmektedir.

Bu düşünceden hareketle bu araştırmanın amacı; KSS faaliyetleriyle günümüzde işletmelerin gittikçe önem verdikleri konulardan biri olan çalışanların örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi ve KSS'nin aşamaları olan "Ekonomik Sorumluluk, Yasal Sorumluluk, Ahlaki Sorumluluk ve Gönüllü Sorumluluk" ile Örgütsel Bağlılık türleri olan "Duygusal Bağlılık, Normatif Bağlılık ve Devamlılık Bağlılığı" arasındaki ilişkilerin irdelenmesidir.

5.2. Araştırmanın Önemi

Günümüzde başarılı olmak ve varlıklarını devam ettirmek isteyen işletmelerin sosyal sorumluluklarından kaçmaları mümkün değildir. Çünkü kuruluşlar artık sadece ekonomik birer varlık olarak değil, aynı zamanda toplumsal yaşama katkı ve desteği olan sosyal bir oluşum olarak da değerlendirilmektedirler.

Bu durumun farkında olan işletmeler, uyguladıkları sosyal sorumluluk projeleri sayesinde toplumda itibar edinmekte ve böylece aynı ürünü üreten rakiplerinin bir adım önüne geçmeyi başarmaktadırlar. KSS; firmanın itibarına, bilinirliğine ve tercih edilirliğine etki etmekte ve buna bağlı olarak da nispeten yüksek fiyatlar uygulamasına ve rakipleri arasında öne çıkmasına olanak sağlamaktadır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetlerinin organizasyonlar ve paydaşları üzerinde bir takım etkileri mevcuttur ve bu etkileri çeşitli boyutlarda ele alan artan sayıdaki araştırmalara rağmen literatür taraması esnasında, KSS'nin çalışanlar üzerindeki etkisini inceleyen çok az çalışmaya rastlanmıştır. Dolayısıyla bu araştırma, çalışanların KSS algılamalarıyla ilgili olarak yapılmış olan az sayıdaki çalışmaya katkıda bulunması açısından önem kazanmaktadır. Ayrıca araştırmamızın diğerlerine oranla bir özgün tarafı bulunmaktadır ki o da çalışmanın iki ana eksenini oluşturan "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" ve "Örgütsel Bağlılık" değişkenlerinin tüm alt boyutlarının birbiriyle olan ilişkilerini detaylı olarak ele almasıdır.

Türkiye'deki özel işletmelerin büyük çoğunluğunun aile işletmeleri olduğu dikkate alındığında, bu işletmelerin en temel sorunlarından birinin kurumsallaşma olduğu görülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet ve projeleri ise ancak kurumsallaşma yolunda hızla ilerleyen işletmelerde önemsenmekte ve başarı ile gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının önemine çeşitli

akademik çalışmalarla dikkat çekmek ve KSS'nin işletmelere ne gibi değerler kazandırabileceğini vurgulamak, bu tür çalışmaların işletmelere kurumsallaşma yolunda örnek model teşkil etmesine ve işletmelerce uygulanmasına yol açabilecektir. Bu bağlamda bu çalışmada KSS'nin örgütsel bağlılıkla ilişkisinin incelenmesi; hem işletme yöneticilerinin dikkatini çalışanlarının örgütsel bağlılıklarını arttırmada KSS'nin rolüne dikkat çekecek, hem de her yönetici için önemli bir katma değer yaratan örgütsel değerlerle çalışan değerlerinin bütünleşmesi anlamına gelen ve işletmenin başarısına önemli katkılar sağlayan örgütsel bağlılığı arttırmaya yönelik çalışmalara daha fazla ağırlık vermelerine neden olabilecektir.

5.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

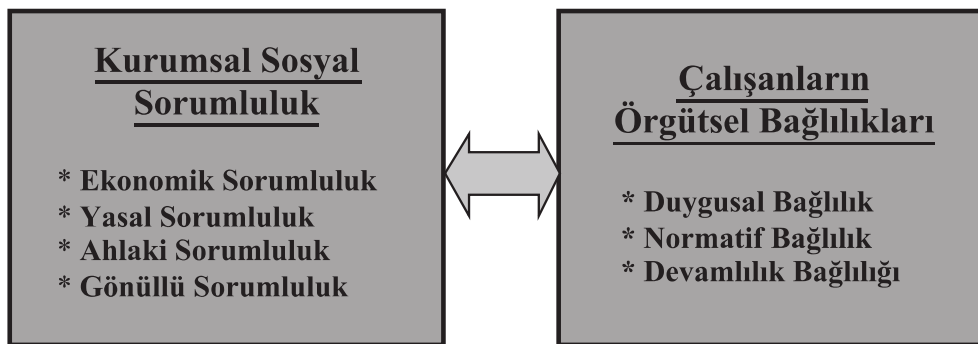
Veri toplama aracımız olan anket uygulamamızdaki sorulara, çalışanların hiçbir etki altında kalmadan samimi ve dürüst cevaplar verdikleri varsayılmaktadır.

Araştırmamızda KSS alanları “Ekonomik Sorumluluk, Yasal Sorumluluk, Ahlaki Sorumluluk ve Gönüllü Sorumluluk” ile Örgütsel Bağlılık ise “Duygusal Bağlılık, Normatif Bağlılık ve Devamlılık Bağlılığı” ile sınırlandırılmıştır.

Bu araştırma, özel sektörde faaliyet gösteren, Kurumsal Sosyal Sorumluluk anlayışı gelişmiş ve bu yönde birçok uygulaması bulunan Danimarka kökenli bir işletmenin beyaz yakalı çalışanlarıyla yapılmıştır. Araştırmanın uygulama alanı olarak Avrupa kökenli uluslararası bir işletme seçilmesinin sebebi KSS bilincinin kurum kültüründe yerli firmalara oranla daha fazla yer etmiş olma ihtimalinin düşünülmesidir.

5.4. Araştırmanın Türü, Modeli ve Hipotezleri

Yapılan araştırma tanımlayıcı nitelikte bir araştırmadır. Araştırmamızın modeli Şekil 2'deki gibidir:



Şekil 2: Araştırmanın Modeli

Bu çalışmanın hipotezleri ise şunlardır:

H1: İşletmenin Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetlerine yönelik çalışanların algıları ile Örgütsel Bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: İşletmenin Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetlerine yönelik çalışanların algıları ile Örgütsel Bağlılık türleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: İşletmenin Ekonomik Sorumluluklarına yönelik çalışanların algıları ile Örgütsel Bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: İşletmenin Yasal Sorumluluklarına yönelik çalışanların algıları ile Örgütsel Bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: İşletmenin Ahlaki Sorumluluklarına yönelik çalışanların algıları ile Örgütsel Bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: İşletmenin Gönüllü Sorumluluklarına yönelik çalışanların algıları ile Örgütsel Bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

5.5. Evren ve Örneklem

Çalışanların KSS faaliyetlerine yönelik algılamalarıyla Örgütsel Bağlılıkları arasındaki ilişkiye yönelik yapılan bu araştırmanın uygulama alanını; Hizmet sektöründe yer alan ve temizlik, güvenlik, hazır yemek (catering), çağrı merkezi, tesis yönetimi gibi faaliyetlerde bulunan Danimarka menşeli uluslararası bir işletmenin; temizlik faaliyetlerinin yürütüldüğü birimde yer alan yönetici, yönetici yardımcısı, uzman/şef, personel ve asistan pozisyonundaki 128 beyaz yakalı çalışan oluşturmaktadır.

Çalışmanın örneklemini, uygulamaya katılan ve cevapladığı anketi kullanılabilir nitelikte olan 95 kişiden meydana gelmektedir.

Araştırmanın anket uygulaması için Avrupa kökenli uluslararası bir işletmenin tercih edilmesinin sebebi; geçmişten günümüze birçok sosyal sorumluluk projesine imza atmış olması, bu projelere çalışanlarının aktif olarak katılımını sağlaması ve KSS bilincinin kurum kültüründe yer etmiş olmasıdır. İşletmenin bu alanda gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlere “Kızılay ile Kan Bağışı Projesi”, “TOÇEV ile Çocuklara Eğitim Projesi” ve “Orman Projesi” örnek olarak gösterilebilir.

5.6. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmamızda kullanılan veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Anket, üç bölümden oluşmaktadır ve ilk bölümde çalışanların “yaş, cinsiyet, eğitim durumu, işyerindeki pozisyonu” gibi demografik özellikleri sorgulanmaktadır.

İkinci bölümde çalışanların KSS algılarını belirlemek üzere hazırlanmış olan ölçek yer almaktadır. 33 Sorudan meydana gelen bu ölçeği oluşturmada Emel Özarslan tarafından yazılmış olan “Sosyal Sorumluluk Projelerinin Desteklenmesinde Etik Değerlerin Rolü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinde, Ayşe Banu Bıçakçı tarafından yazılan “BM Küresel Sorumluluk Anlaşması Bağlamında Kurum içi Halkla İlişkilerde Mükemmellik ve Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı” başlıklı doktora tezinde ve Eyüp Bay tarafından hazırlanan “İsteğe Bağlı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bileşeninin Türkiye Kapsamında İncelenmesi” isimli yüksek lisans tezinde kullanılan anket formlarında yer alan sorular temel alınmıştır. Ancak bu çalışmalarda yer alan sorular incelenerek araştırmacı tarafından revize edilmiş, farklı sorular eklenmiştir.

Katılımcılara, çalışanların Ekonomik Sorumluluk algılarını ölçmek amacıyla “Kurumumuz, vergilerini zamanında ve eksiksiz ödeme konusunda titizlik gösterir.” ve “Kuruluş olarak gereksiz maliyetlerimizi düşürmek için çaba gösteriyoruz.” gibi ifadelerle ne derece katıldıkları sorulmuştur. Çalışanların Yasal Sorumluluk algı düzeylerini belirlemek içinse “Bu kurum, kanunlara uygun bir şekilde faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.” ve “Kurumumuz, ekonomik faaliyetlerin kanuni düzenlemeler çerçevesinde olması için gereken titizliği gösterir.” şeklindeki ibarelere ne derece katıldıkları sorulmuştur. Ayrıca araştırmamıza katılan işgörenlere, “İşletmemiz faaliyetlerini, müşterilerini dürüstçe bilgilendirmek suretiyle yerine getirmektedir.” ve “Kurumumuz toplumun etik değerlerine uyumlu bir şekilde çalışır.” gibi ifadelerle ne derece katıldıkları sorularak çalışanların Ahlaki Sorumluluk algı düzeyleri belirlenmek istenmiştir. Son olarak da çalışanların Gönüllü Sorumluluk algılarını ölçmek amacıyla katılımcılara “Kurumumuz eğitim, sağlık, kültür, sanat ve spor gibi faaliyetlere destek olmaktadır.” ve “Kurumumuzda, yöneticiler ve çalışanlar toplumsal faaliyetlere gönüllü olarak katılır.” gibi ifadeler yöneltilmiş ve bunlara ne derece katıldıkları sorulmuştur.

Anket formunun üçüncü bölümünde ise çalışanların Örgütsel Bağlılık düzeylerini belirlemek için Meyer ve Allen (1997) tarafından geliştirilen ve 17 sorudan oluşan “Örgütsel Bağlılık Ölçeği” kullanılmıştır.

Anket formundaki sorular 5’li Likert ölçeğine göre oluşturulmuş ve katılımcılardan her bir ifade için “kesinlikle katılıyorum”dan “kesinlikle katılmıyorum”a doğru sıralanan şıklardan kendilerine uygun olan birini işaretlemeleri istenmiştir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ölçeğinin genel güvenilirliği %92,1 olarak bulunmuştur. Ölçek yüksek derecede güvenilirdir. Ekonomik sorumluluk boyutunun güvenilirliği %70,4; yasal sorumluluk boyutunun güvenilirliği %68,4; ahlaki sorumluluk boyutunun güvenilirliği %88,7 ve gönüllü sorumluluk boyutunun güvenilirliği %73,2 olarak bulunmuştur.

Örgütsel bağlılık ölçeğinin genel güvenilirliği ise %92,9’dur. Bu ölçek de yüksek derecede güvenilirdir. Ölçeğin alt boyutlarından duygusal bağlılık boyutunun güvenilirliği %89,7; normatif bağlılık boyutunun güvenilirliği %81,9 ve devam bağlılığı boyutunun güvenilirliği de %84,3 olarak çıkmıştır.

5.7. Verilerin Analiz Teknikleri

Anket formu aracılığı ile elde etmiş olduğumuz bulgular değerlendirilirken SPSS 17.0 paket programı kullanılmıştır.

Ölçekler arası ilişkileri saptamak için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Anket formundaki soruların güvenilirliği içinse Cronbach’s Alpha katsayısı hesaplanmıştır.

Sonuçlar %95 güven aralığında, anlamlılık $p < 0,05$ düzeyinde çift yönlü olarak değerlendirilmiştir.

5.8. Bulgular ve Yorumlar

5.8.1. Örneklem Grubuna İlişkin Demografik Özellikler

Tablo 1: Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	41	43,2
	Erkek	54	56,8
Yaş	21-30	49	51,6
	31-40	26	27,4
	41-50	16	16,8
	51 ve Üstü	4	4,2
Eğitim Düzeyi	Lise	21	22,1
	Önlisans	10	10,5
	Lisans	48	50,5
	Lisansüstü	16	16,8
Çalışılan Pozisyon	Yönetici	24	25,3
	Yönetici Yrd.	12	12,6
	Uzman/Şef	32	33,7
	Personel	14	14,7
	Asistan	13	13,7

Araştırmaya katılan çalışanların %43,2'si kadın, %56,8'i ise erkektir. Yaşla ilgili verilere göre bu işletmenin genç bir çalışan profiline sahip olduğunu söylemek mümkündür; çünkü çalışanların yarısından fazlasının (%51,6) 21-30 yaş grubuna, %79'unun da 21-40 yaş grubuna dahil olduğu görülmektedir.

Ayrıca katılımcıların çoğunun lisans mezunu olduğu belirlenmiştir. Son olarak da çalışanların %25,3'ünün yönetici, %12,6'sının yönetici yrd., %33,7'sinin uzman/şef, %14,7'sinin Personel, %13,7'sinin de asistan pozisyonunda çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır.

5.8.2. Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alguları ile Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkiler

Araştırmaya katılan çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel bağlılık düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, %40,1 düzeyinde pozitif yönde anlamlı fakat çok güçlü olmayan bir ilişki bulunmuştur ($r=0,401$; $p=0,000<0,05$).

Tablo 2: İşletmenin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Çalışanların Algıları ile Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin İlişkisi

		Örgütsel Bağlılık
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	r	0,401
	p	0,000
	N	95

Buna göre kurumsal sosyal sorumluluk algısı arttıkça örgütsel bağlılık düzeyi de artmaktadır ve H1 hipotezi kabul edilmiştir (Tablo 2).

Tablo 3: İşletmenin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Çalışanların Algıları ile Örgütsel Bağlılık Alt Boyutlarının İlişkisi

		Kurumsal Sosyal Sorumluluk
Duygusal Bağlılık	r	0,397
	p	0,000
	N	95
Normatif Bağlılık	r	0,347
	p	0,001
	N	95
Devam Bağlılığı	r	0,331
	p	0,001
	N	95

Araştırmaya katılan çalışanların duygusal bağlılık alt boyutu ile kurumsal sosyal sorumluluk algısı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi neticesinde, pozitif yönde çok yüksek olmayan anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=0,397$; $p=0,000<0,05$). Buna göre çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algısı arttıkça duygusal bağlılıklarının da arttığı görülmektedir. Kısacası diyebiliriz ki, çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile örgütlerine duygusal anlamda bağlanmaları ve kendilerini örgütün bir parçası gibi hissetmeleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur.

Ayrıca katılımcıların normatif bağlılık düzeyi ile kurumsal sosyal sorumluluk algısı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizine göre de puanlar arasında %34,7 düzeyinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ancak bu çok güçlü bir ilişki değildir ($r=0,347$; $p=0,001<0,05$). Bu sonuca göre işgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk algısı arttıkça normatif bağlılık düzeyi de artma eğilimindedir. Bu iki değişken arasındaki ilişki; işletmenin yerine getirmiş olduğu kurumsal ve toplumsal sorumluluk faaliyetleri sonucunda çalışanların bir gönül borcu

ya da minnettarlık duygusu geliştirmiş olma ihtimallerine bağlanabilir. Dolayısıyla çalışanların KSS algı düzeyine göre normatif bağlılıkları da artacak ve işten ayrılma niyetleri azalacaktır.

Örneklem grubumuzdaki katılımcıların devam bağlılığı düzeyi ile kurumsal sosyal sorumluluk algısı arasında da %33,1 oranında pozitif yönde çok güçlü olmayan anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=0,331$; $p=0,001<0,05$). Buna göre kurumsal sosyal sorumluluk algısı arttıkça devam bağlılığı alt boyutu puanının da arttığı görülmektedir.

Araştırma bulguları göstermektedir ki, örgütsel bağlılık türleri içerisinde kurumsal sosyal sorumlulukla en güçlü ilişkiye sahip olanı duygusal bağlılıktır (Tablo 3).

Bu çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutlarına yönelik çalışan algıları ile çalışanların örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiler de incelenmiştir (Tablo 4).

Tablo 4: İşletmenin Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Alt Boyutlarına Yönelik Çalışanların Algıları ile Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin İlişkisi

		Örgütsel Bağlılık
Ekonomik Sorumluluk	r	0,470
	p	0,000
	N	95
Yasal Sorumluluk	r	0,479
	p	0,000
	N	95
Ahlaki Sorumluluk	r	0,474
	p	0,000
	N	95
Gönüllü Sorumluluk	r	-0,037
	p	0,721
	N	95

Yapılan korelasyon analizine göre çalışanların ekonomik sorumluluk algısı ile örgütsel bağlılık düzeyi arasında %47,0 düzeyinde pozitif yönde orta düzeye yakın anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=0,470$; $p=0,000<0,05$). Çalışanların ekonomik sorumluluk algıları arttıkça örgütsel bağlılık düzeylerinde de artış meydana gelmektedir.

Örneklem grubundaki çalışanların yasal sorumluluk alt boyutuna ilişkin algıları ile örgütsel bağlılık düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizine göre, pozitif yönde orta düzeye yakın anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=0,479$; $p=0,000<0,05$). Yani işgörenlerin yasal sorumluluk algıları arttıkça örgütsel bağlılık düzeylerinin de arttığı görülmektedir.

İşgörenlerin ahlaki sorumluluk algısı ile örgütsel bağlılık düzeyi arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, pozitif yönde orta düzeye yakın anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=0,474$; $p=0,000<0,05$). Buna göre ahlaki sorumluluk algıları arttıkça örgütsel bağlılık düzeyinde de artış meydana gelmektedir. Dolayısıyla, işverenlerin hem kurumsal hem de toplumsal etik değerlere saygılı davranışlar sergilemeleri daha bağlı çalışanlara sahip olmaları açısından önemli bir unsurdur diyebiliriz.

Araştırmamıza katılım gösteren çalışanların gönüllü sorumluluk alt boyutu algılamaları ile örgütsel bağlılık düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonucuna göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r=-0,037$; $p=0,721>0,05$).

Kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutları içerisinde örgütsel bağlılıkla ilişkileri bakımından ekonomik, yasal ve ahlaki sorumluluklar orta düzeye yakın anlamlı ilişkiler gösterirken; sadece gönüllü sorumluluk ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanamamıştır.

Tablo 5: İşletmenin Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri Alt Boyutlarına Yönelik Çalışanların Algıları ile Örgütsel Bağlılık Alt Boyutlarının İlişkisi

Boyutlar	Boyutlar	N	r	p
Ekonomik Sorumluluk	Duygusal Bağlılık	95	0,484	0,000
Ekonomik Sorumluluk	Normatif Bağlılık	95	0,365	0,000
Ekonomik Sorumluluk	Devam Bağlılığı	95	0,417	0,000
Yasal Sorumluluk	Duygusal Bağlılık	95	0,448	0,000
Yasal Sorumluluk	Normatif Bağlılık	95	0,433	0,000
Yasal Sorumluluk	Devam Bağlılığı	95	0,397	0,000
Ahlaki Sorumluluk	Duygusal Bağlılık	95	0,468	0,000
Ahlaki Sorumluluk	Normatif Bağlılık	95	0,327	0,001
Ahlaki Sorumluluk	Devam Bağlılığı	95	0,486	0,000
Gönüllü Sorumluluk	Duygusal Bağlılık	95	0,008	0,938
Gönüllü Sorumluluk	Normatif Bağlılık	95	-0,012	0,909
Gönüllü Sorumluluk	Devam Bağlılığı	95	-0,095	0,361

Tablo 5’te kurumsal sosyal sorumluluk değişkenine ait alt boyutlar ile örgütsel bağlılık değişkenine ait alt boyutların tamamının birbiriyle ilişkisi bir bütün olarak verilmiştir. Bu tablodaki veriler gözlemlendiğinde Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4’teki verilerle tutarlı sonuçlar içerdiği görülmektedir. Şimdi bu boyutlar arasındaki ilişkileri tek tek inceleyelim.

Katılımcıların ekonomik sorumluluk algıları ile duygusal bağlılık alt boyutu arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizine göre, orta dü-

zeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=0,484$; $p=0,000<0,05$). Buna göre, işletmenin yerine getirmiş olduğu ekonomik sorumluluklarına yönelik çalışanların algısı arttıkça duygusal bağlılık düzeylerinde de artış gözlemlenmektedir.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda, araştırmamıza katılan çalışanların ekonomik sorumluluk algıları ile normatif bağlılık alt boyutu arasında çok güçlü olmayan ve pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=0,365$; $p=0,000<0,05$). Bu da demek oluyor ki, işgörenlerin ekonomik sorumluluk algıları arttıkça normatif bağlılık düzeyleri de artmaktadır.

Örneklem grubumuzun ekonomik sorumluluk alt boyutu algısı ile devam bağlılığı alt boyutu arasındaki ilişkiyi tespit etmek üzere yapılan korelasyon analizi neticesinde, çok güçlü olmayan ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ($r=0,417$; $p=0,000<0,05$). Bu sonuca göre çalışanların ekonomik sorumluluk algısı arttıkça devam bağlılığı düzeylerinde de artış meydana gelmektedir. Tüm bu veriler, işgörenlerin ekonomik sorumluluk algılamaları ile örgütsel bağlılığın tüm alt boyutlarının anlamlı ilişkiler içerisinde olduğunu ve işletmenin ekonomik sorumluluklarına gereken önemi vermesiyle çalışanlarının örgütsel bağlılığını arttırabileceğini göstermektedir.

Örneklem grubumuzu oluşturan çalışanların yasal sorumluluk alt boyutu algıları ile duygusal bağlılık arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak için yapılan korelasyon analizine göre, orta düzeye yakın ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,448$; $p=0,000<0,05$). Çalışanların yasal sorumluluk algıları arttıkça duygusal bağlılık düzeylerinin de artacağını belirten bu durum, işletmelerin kanuni yükümlülüklerini yerine getirmesinin ne derece önemli olduğunu da göstermektedir.

Çalışmamıza katılan işgörenlerin yasal sorumluluk algısı ile normatif bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda, pozitif yönde anlamlı bir ilişki elde edilmiştir ($r=0,433$; $p=0,000<0,05$). İlişkinin yönü ve düzeyi göz önünde bulundurulduğunda, işgörenlerin yasal sorumluluk algılamaları arttıkça normatif bağlılık düzeylerinin de artış gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Katılımcıların, kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutlarından yasal sorumluluk algılamaları ile örgütsel bağlılık alt boyutlarından olan devam bağlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizine göre, puanlar arasında %39,7 düzeyinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=0,397$; $p=0,000<0,05$). Bu durum, çalışanların yasal sorumluluk algılarının artması sonucunda devam bağlılığı düzeylerinin de artması anlamına gelmektedir. Görüldüğü gibi, işgörenlerin yasal sorumluluk algılamaları, örgütsel bağlılık alt boyutlarının tümü ile anlamlı ilişkiler içerisinde dir.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda, araştırmamıza katılan çalışanların ahlaki sorumluluk algıları ile duygusal bağlılık alt boyutu arasında orta düzeye yakın ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r=0,468$; $p=0,000<0,05$). Bu durum, işgörenlerin ahlaki sorumluluk algılamalarının artmasıyla duygusal bağlılık düzeyinin de yükseldiğini göstermektedir.

Örneklem grubumuzun ahlaki sorumluluk algısıyla normatif bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda da, çok güçlü

olmayan ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki söz konusudur ($r=0,327$; $p=0,001<0,05$). Bu sonuca göre diyebiliriz ki, ahlaki sorumluluk algılamaları arttıkça normatif bağlılık düzeyi de artış eğilimi göstermektedir.

Araştırmamıza katılan çalışanların ahlaki sorumluluk algılamaları ile devam bağlılığı arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla gerçekleştirilen korelasyon analizi neticesine göre, orta düzeyde güçlü ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=0,486$; $p=0,000<0,05$). Buna göre ahlaki sorumluluk algısının artmasıyla birlikte devam bağlılığı düzeyinin de artması beklenmektedir. Bu analizler sonucunda görüyoruz ki, çalışanların ahlaki sorumluluk algılamalarıyla örgütsel bağlılığın tüm alt boyutları arasında da yine pozitif yönlü anlamlı ilişkiler mevcuttur.

Öte yandan, çalışmamıza katılan işgörenlerin gönüllü sosyal sorumluluk algılamaları ile örgütsel bağlılık alt boyutlarının hiçbiri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu durumun olası sebeplerine sonuç bölümünde yer verilmiştir.

6. Sonuç

Bu çalışmada; kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik çalışanların algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla, hizmet sektöründe faaliyet gösteren yabancı sermayeli bir işletmenin 95 beyaz yakalı çalışanı üzerinde bir uygulama gerçekleştirilmiştir.

Örneklem grubunun, çalıştıkları işletmeye dair genel sosyal sorumluluk algılamalarının 5 üzerinden değerlendirildiği bu çalışmada; 4.14 ortalama puan ile oldukça yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışanların en yüksek algıları 4.43 ortalama puan ile yasal sorumluluk boyutuna, en düşük algıları ise 4.03 ortalama puan ile gönüllü sosyal sorumluluk boyutuna ilişkindir. Bu sonuca göre; araştırmaya katılan çalışanlar, işletmelerinin en fazla yasal sosyal sorumluluklarını yerine getirdiğini, en az da gönüllü sosyal sorumluluklarının gereklerini yaptığını düşünmektedirler.

Katılımcıların örgütsel bağlılık düzeyleri incelendiğinde ise; işletmelerine olan bağlılıklarının ortalamanın üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışanların duygusal, normatif ve devam bağlılık düzeylerinin ortalamalarının, 5 üzerinden yapılan değerlendirmede birbirlerine çok yakın düzeyde olduğu görülmektedir. Buna göre çalışanların örgütlerine olan duygusal bağlılık düzeylerinin ortalaması 3.84, normatif bağlılık düzeylerinin ortalaması 3.86 ve devam bağlılık düzeylerinin ortalaması 3.83'tür. Bu sonuçlar, çalışanların örgütlerine olan bağlılıklarının sadece bir alt boyutta yoğunlaşmadığının, tüm alt boyutlar düzeyinde dengeli bir şekilde gerçekleştiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Yapılan analizler sonucunda; katılımcıların örgütsel bağlılık seviyelerini belirten duygusal, devam ve normatif bağlılık düzeyleri ile kurumsal sosyal sorumluluk algıları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönlü anlamlı ilişkilerin olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer bir deyişle çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri; kurumsal sosyal sorumluluk algılarının artmasıyla birlikte yükselmektedir. Buna göre çalışmanın ana hipotezinin kabul edilmiş olduğunu söyleyebiliriz.

Araştırmamızda işletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin alt boyutlarına yönelik çalışanların algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişki sorgulanmış; gönüllü sosyal sorumluluk algıları dışında kalan ekonomik, yasal ve ahlaki sorumluluk algıları ile çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişkilerin olduğu sonucuna varılmıştır. Bir başka ifade ile çalışanların işletmelerinin ekonomik, yasal ve ahlaki sorumluluklarına dair olumlu algılarının artması, yani işletmelerin bu tür faaliyetleri gerektiği gibi yerine getirdiğini düşünmeleri, örgütsel bağlılık düzeylerinin yükselmesini sağlamaktadır.

Araştırmaya katılan çalışanların; örgütsel bağlılık ölçeğinde yer alan tüm boyutlara ilişkin örgütsel bağlılık düzeyleri ile kurumsal sosyal sorumluluk ölçeğinde yer alan tüm boyutlara ilişkin algılamaları arasındaki ilişkiler ayrıntılı olarak incelendiğinde ise şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Çalışanların ekonomik sorumluluk algıları ile örgütsel bağlılık ölçeğinin üç alt boyutu arasında da anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Değerler incelendiğinde, ekonomik sorumluluk algısıyla en yüksek ilişkinin duygusal bağlılık boyutunda olduğu görülmektedir. Bu durumu, ekonomik sorumluluk kavramının işletmenin çalışanlara karşı olan ekonomik sorumluluklarını da kapsamına almasına bağlayabiliriz. Yani işletmelerin çalışanlarına karşı ekonomik sorumluluk ve yükümlülüklerini zamanında ve eksiksiz bir şekilde yerine getirmeleri örgütsel bağlılığı arttırabilmektedir. Böylece de örgütsel bağlılığın işletme açısından en önemli çıktısı olan “işgücü devir oranının düşmesi” durumu meydana gelebilmektedir. Genel anlamda, işverenlerin ekonomik sorumluluk ve bu yöndeki faaliyetlerine hassasiyet göstermelerinin örgütsel bağlılığı daha yüksek işgörenlere sahip olmaları için önemli bir konu olduğunu söyleyebiliriz.

Aynı şekilde işgörenlerin yasal sorumluluk algıları ile örgütsel bağlılığın üç alt boyutu yani duygusal, normatif ve devam bağlılıkları arasında da anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Çalışanlara ait yasal sorumluluk algısıyla da en yüksek ilişki yine duygusal bağlılık düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu veriler ışığında, işletmelerin yasal çerçevenin dışına çıkmamasının, yasadışı herhangi bir faaliyete bulaşmamasının ve illegal yöntemlere başvurmamasının çalışanların örgütsel bağlılık düzeyini arttırabileceğini söyleyebiliriz. Bunu da, çalışanların hukuki düzen ve kurallara verdikleri önem ile açıklamak mümkün olabilir.

Yapılan analizler incelendiğinde, işgörenlerin ahlaki sorumluluk algılamaları ile yine üç örgütsel bağlılık alt boyutu arasında da anlamlı ilişkilerin varlığı görülmektedir. Ahlaki sorumluluk algıları ile en yüksek ilişkiye devam bağlılığını takiben duygusal bağlılığın sahip olduğu görülmektedir. Bulgular devam bağlılığı açısından değerlendirildiğinde; işgörenler çalıştıkları işletmeden ayrıldıkları takdirde, ahlaki sorumluluklarına önem veren bir başka kurum bulamayacakları kaygısı duyuyor olabilirler. Duygusal bağlılıkla ahlaki sorumluluk algısı ilişkisi ise, işgörenlerin ahlaki uygulamalara yönelik değerlerinin, işletmenin ahlaki değerleri ile örtüştüğünü göstermektedir. Gerek iş ahlakı gerekse toplumsal ahlak konusuna işverenlerin hassasiyet göstermeleri, bu etik normlara gölge düşürmemeleri çalışanlar açısından önem arz etmektedir ve araştırmamızın görünen sonucu olarak örgütsel bağlılık düzeyini arttırabilmektedir.

Gönüllü sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel bağlılık ölçeğinde yer alan normatif, duygusal ve devam bağlılık düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutları olan ekonomik sorumluluk, yasal sorumluluk ve ahlaki sorumluluk ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiler düşünüldüğünde, çalışanların gönüllü sorumluluk algıları ile örgütsel bağlılıkları arasında herhangi bir ilişkinin tespit edilememiş olmasını açıklamak gerekir. Nitekim, araştırmanın başında gönüllü sorumluluk algılamaları ile özellikle de duygusal bağlılık arasında kuvvetli bir ilişki çıkabileceği düşünülmekteydi. Ancak düşünüldüğü gibi bir sonucun çıkmamasının sebebi, gönüllü sorumluluk algısını ölçmeye yönelik olarak araştırmacı tarafından hazırlanan soruların örneklem grubu tarafından tam manasıyla anlaşılammış olması ya da örneklem grubunun niteliği olabilir. Ayrıca, böyle bir sonucun çıkmasını, işletmenin gönüllü sorumluluklarına yeterli özeni göstermemiş olması ihtimaline de bağlayabiliriz çünkü yukarıda da belirtildiği gibi, işletmenin sosyal sorumluluklarına yönelik çalışanların en düşük algısı gönüllü sosyal sorumluluk alt boyutunda gerçekleşmiştir. Bu durumun sebebi olabilecek bir başka husus ise, işletmenin yerine getirmiş olduğu gönüllü sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çalışanlar tarafından yeterince hissedilmiyor olma ihtimalidir.

Araştırmadan çıkan sonuçlar doğrultusunda bazı öneriler geliştirilebilir:

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem vermelerinin, çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini arttırdığı araştırma sonucunda ortaya konmuştur. Buna göre örgütsel bağlılığın, çalışanların performans ve işten ayrılma niyetleri üzerindeki olası etkileri düşünüldüğünde; örgütüne daha bağlı çalışanlara sahip olmak isteyen firmaların, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha fazla önem vermeleri ve kurumsal sosyal sorumluluğun dış paydaşlar kadar işgörenler için de önemli olabileceğini dikkate almaları önerilebilir.

İşverenlerin KSS faaliyetlerini yerine getirirken; paydaşları olarak nitelendirilen çalışanlar, müşteriler ve tedarikçilerinin görüş ve beklentilerini göz önünde bulundurmaları ve bu çerçevedeki uygulamalar konusunda paydaşları bilgilendirmeleri sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik algıların oluşmasını sağlayacaktır.

Ayrıca çalışanların gönüllü sosyal sorumluluk algılamalarının neden bu denli düşük seviyede olduğunun tespit edilmesi; bunun sebebi yeteri kadar gönüllü sosyal projelerin yapılmaması ise bu eksikliğin giderilmeye çalışılması önerilmektedir. Çünkü toplum yararına yapılan faaliyetler, çalışanların aidiyet duygularını arttırarak işletmeleriyle gurur duymalarını sağlayabilmektedir.

Bu çalışmanın sonuçlarından genellemeye gidilebilmesi için daha farklı işletmeler veya farklı sektörlerde daha geniş örneklemeler üzerinde araştırmalar yapılması gereksinimi doğmaktadır. Yine de gerçekleştirilen bu çalışmanın sonuçlarının, ileride gerçekleştirilecek diğer çalışmalar için karşılaştırma niteliğinde ve uygulandığı sektör ve çalışan grubunu temsil niteliğinde fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça:

- ALI, Imran - Kashif Ur Rehman - Syed Irshad Ali - Jamil Yousaf - Maria Zia, “Corporate Social Responsibility Influences, Employee Commitment and Organizational Performance”, **African Journal of Business Management**, Vol 4, No 13, October 2010, s.2796-2801
- ALLEN, Natalie J. - Douglas B. Grisaffe, “Employee Commitment To The Organization And Customer Reactions: Mapping The Linkages”, **Human Resource Management Review**, Vol 11, No 3, Autumn 2001, s.209-236
- ALLEN, Natalie J. - John P. Meyer, “Organizational Socialization Tactics : A Longitudinal Analysis Of Links To Newcomers Commitment And Role Orientation”, **Academy of Management Journal**, Vol 33, No 4, December 1990, s.847-858
- ATAK, Metin, “Öğrenen Örgüt ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi”, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)
- AY, Ünal, **İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk**, Adana, Nobel Kitabevi, 2003
- BALAY, Refik, **Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2000
- BARUTÇUGİL, İsmet, **Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi**, İstanbul, Kariyer Yayıncılık, 2004
- BRAMMER, Steven - Andrew Millington - Bruce Rayton, “The Contribution of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment”, **The International Journal of Human Resource Management**, Vol 18, No 10, October 2007, s.1701-1719
- BÜYÜKUSLU, Ali Rıza, “Avrupa Birliği Yeşil Dosyası: İşletme Sosyal Sorumluluğu (The Corporate Social Responsibility-CSR)”, http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=425&id=25, Erişim Tarihi (29.05.2011)
- CARROL, Archie B., “The Pyramid Of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management Of Organizational Stakeholders”, **Business Horizons**, July-August 1991, s.39-48
- “Corporate Social Responsibility”, <http://www.referenceforbusiness.com/management/Comp-De/Corporate-Social-Responsibility.html>, Erişim Tarihi (05.06.2011)
- ÇELİK, Adnan, “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk**, ed. Coşkun Can Aktan, İstanbul, İGİAD Yayınları, 2007, s.61-84
- ÇERİK, Şule - Emel Özarıslan, “Çalışanların Sosyal Sorumluluk Boyutlarına İlişkin Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama”, **Ege Akademik Bakış**, Cilt 8, Sayı 2, 2008, s.587-604
- DEMİREL, Yavuz, “Örgütsel Bağlılık ve Üretkenlik Karşıtı Davranışlar Arasındaki İlişkiye Kavramsal Yaklaşım”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı 15, Bahar 2009, s.115-132

-
- DİNÇER, Ömer, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, 5. bs., İstanbul, Beta Yayınları, 1998
- DOĞAN, Selen - Selçuk Kılıç, “Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirmenin Yeri ve Önemi”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 29, Temmuz-Aralık 2007
- EREN, Erol, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, İstanbul, Beta Yayınları, 2000
- ERKMEN, Turhan - Şule Çerik, “Kurum İmajını Oluşturan Kurum Kimliği Boyutları Bağlamında Örgütsel Bağlılığın İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama”, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Öneri Dergisi**, Cilt 7, Sayı 28, Haziran 2007, s.107-119
- ERSÖZ, Halis Yunus, **Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyetleri, Rol ve Önemleri**, İstanbul, İTO Yayınları, 2007
- GÜÇLÜ, Hatice, **Turizm Sektöründe Durumsal Faktörlerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi**, Eskişehir, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2006
- GÜNDOĞAN, Tamer, “Örgütsel Bağlılık: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Uygulaması”, Ankara, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü, 2009, (Yayınlanmamış Uzmanlık Yeterlilik Tezi)
- HALICI, Ali, “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stratejileri Çanakkale İlinde Bir Araştırma”, **Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt 7, Sayı 1, 2001, s.11-26
- HASANOV, Vusal, “Çalışanların İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarına İlişkin Algılamalarının Örgütsel Bağlılığa Etkisi”, Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)
- İNCE, Mehmet - Hasan Gül, **Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık**, Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları, 2005
- KOTLER, Philip - Nancy Lee, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, çev. Sibel Kaçamak, İstanbul, MediaCat Yayınları, 2006
- LORD, Alan T. - F. Todd Dezoort, “The Impact Of Commitment And Moral Reasoning On Auditors’ Responses To Social Influence Pressure”, **Accounting, Organizations and Society**, Vol 26, No 3, April 2001, s.215-235
- MEYER, John P. - Natalie J. Allen, **Commitment in The Workplace: Theory, Research and Application**, California, Thousand Oaks SAGE: Publications, 1997
- MEYER, John P. - P. Gregory Irwing - Natalie J. Allen, “Examination Of The Combined Effects Of Work Values And Early Work Experiences On Organizational Commitment”, **Journal of Organizational Behavior**, Vol 19, No 1, January 1998, s.29-52
- MİMAROĞLU, Hande, “Psikolojik Sözleşmenin Personelin Tutum ve Davranışlarına Etkileri: Tıbbi Satış Temsilcileri Üzerinde Bir Araştırma”, Adana, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)

- NALBANT, Z. Eser, “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı”, **Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt 12, Sayı 1, 2005, s.193-201
- OBENG, Kofi - Isaiah Ugboro, “Organizational Commitment Among Public Transit Employees: An Assessment Study”, **Journal Of The Transportation Research Forum**, Vol 57, No 2, Spring 2003, s.83-98
- ÖZDEMİR, Hilal Özden, “Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminine Etkisi: OPET Çalışanlarına Yönelik Uygulama”, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)
- ÖZGEN, Ebru, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi”, **Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı 8, 2007, s.1-6
- ÖZGÜÇ, Erkan, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” Ankara, Sermaye Piyasası Kurulu Yeterlik Etüdü, Sermaye Piyasası Kurulu Ortaklıklar Finansmanı Dairesi, 2005, (Yayınlanmamış Uzmanlık Yeterlik Tezi)
- ÖZÜPEK, Mehmet Nejat, “Kurum İmajında Sosyal Sorumluluk Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma”, Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)
- PELİT, Elbeyi - Yasin Boylu - Evren Güçer, “Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Akademisyenlerinin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma”, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı 1, 2007, s.86-114
- SCHWARTZ, Mark S. - Archie B. Carrol, “Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach” **Business Ethics Quarterly**, Vol 13, No 4, October 2003, s.503-530
- TATARİ, Begüm, **Şirketlerin Toplumla İlişkisinde Yükselen Değer: Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İzmir, İzmir Ticaret Odası Yayını, 2003
- TÜRKER, Duygu, “How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment”, **Journal of Business Ethics**, Vol 89, No 2, October 2009, s.189-204
- UYGUÇ, Nermin - Dilek Çımrın, “DEÜ Araştırma ve Uygulama Hastanesi Merkez Laboratuvarı Çalışanlarının Örgüte Bağlılıklarını ve İşten Ayrılma Niyetlerini Etkileyen Faktörler”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt 19, Sayı 1, 2004, s.91-99
- VANDERBERG, Robert J. - Vida Scarpello, “A Longitudinal Assessment Of The Determinant Relationship Between Employee Commitments To The Occupation And The Organization”, **Journal of Organizational Behavior**, Vol 15, No 6, November 1994, s.535-547
- YALÇIN, Azmi - Fatma Nur İplik, “A Grubu Seyahat Acentalarında Çalışanların Ör-

gütsel Bağlılıklarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı18, 2007, s.483-500