



[itobiad], 2021, 10 (4): 3685-3710

<p>Çalışanlara Dönük Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi: Sivas'ta Bir İmalat İşletmesi Örneği</p> <p>The Impact of Corporate Social Responsibility Activities Regarding Employees on Corporate Reputation: An Example of a Manufacturing Enterprise in Sivas</p> <p>Video Link: https://youtu.be/dEAT6TV9SeA</p>	
<p>Yalçın YALMAN Dr.Öğr.Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Asst.Prof., Sivas Cumhuriyet University Cumhuriyet Social Sciences Vocational School yyalman@cumhuriyet.edu.tr Orcid ID: 0000-0002-4340-7068</p>	

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Type	: Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received	: 21.06.2021
Kabul Tarihi / Accepted	: 25.12.2021
Yayın Tarihi / Published	: 26.12.2021
Yayın Sezonu	: Ekim-Kasım-Aralık
Pub Date Season	: October-November-December

Atıf/Cite as: Yalman, Y. (2021). Çalışanlara Dönük Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi: Sivas'ta Bir İmalat İşletmesi Örneği . İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi , 10 (4) , 3685-3710 . Retrieved from <http://www.itobiad.com/tr/pub/issue/66167/955419>

İntihal /Plagiarism: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and confirmed to include no plagiarism. <http://www.itobiad.com/>

Copyright © Published by Mustafa YİĞİTOĞLU Since 2012 – Istanbul / Eyup, Turkey. All rights reserved.

Çalışanlara Dönük Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi: Sivas'ta Bir İmalat İşletmesi Örneği *

Öz

Bu çalışmanın öncelikli amacı, işletmelerin çalışanlarına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) faaliyetlerinin çalışanlar nezdinde oluşacak kurumsal itibara etkisinin olup olmadığını tespit etmektir. Diğer bir amaç ise işletmede yönetici veya emir verebileceği kimse olmaksızın çalışmakta olan işgörenlerin değerlendirmelerine göre çalıştıkları firmalarının paydaş grupları içerisinde işgörenlerini en önemli olarak görüp görmediklerini belirlemektir. Araştırmanın örneklemini, Türkiye'de Sivas ilinde ev, ofis ve hastane mobilyaları ve hastane medikal ekipmanları imalatı yapan ve halen 113 ülkeye ihracat yapmakta olan bir imalat işletmesinin 58 çalışanı oluşturmaktadır. Firmanın tercih edilmesinde, Covid-19 pandemi döneminde önemini daha da hissettiren sağlık sektörünün ihtiyaç duyduğu (hastane yatağı, sedye gibi) ürünleri üretmesi, kapasitesini artırarak çalışmaya devam etmesi ve diğerlerinin yanı sıra çalışanlara yönelik sosyal sorumluluk faaliyetlerini de gerçekleştiriyor olması etkili olmuştur.

Çalışmada kullanılan veriler yüzyüze görüşme yoluyla gerçekleştirilen anketlerle elde edilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 23 paket programı kullanılmıştır. İstatistiksel analizlerde ki-kare analizi, bağımsız değişken arası t-testi, Spearman korelasyon katsayısı ve regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar, araştırma ölçeklerinin geçerli ve güvenilir olduğunu, firmaların işgörenlerine yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetleri ile çalışanları nezdinde oluşan kurumsal itibar arasında pozitif yönlü güçlü seviyede ilişki olduğunu göstermektedir. İşletme paydaşları ile ilgili değerlendirmelerin sonucu ise çalışanlarına göre işletmenin en önemli paydaşının işletmede yönetici veya işgören pozisyonunda çalışmakta olan personel değil Devlet olduğu yönündedir. Regresyon analizleri, işletmelerin çalışanlarına yönelik KSS faaliyetlerinin kurumsal itibarı pozitif olarak etkilediğini göstermektedir. Çalışmanın bir sektör ve firmada yapılmış olmak gibi sınırlılıkları olsa da işletmelerin çalışanlarına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kurumsal itibara olan etkisi konusunda literatüre katkı sağlayacağı ve daha kapsamlı araştırmalar için örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal İtibar, Çalışanlar, Sivas, Paydaşlar

* Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşeri Bilimler Kurulunun 18.01.2021 Tarih ve 9 Nolu Kararı ile etik kurul kararı alınmıştır.



The Impact of Corporate Social Responsibility Activities Regarding Employees on Corporate Reputation: An Example of a Manufacturing Enterprise in Sivas

Abstract

The primary purpose of this study is to determine whether the corporate social responsibility (CSR) activities of the enterprises for their employees have an effect on the corporate reputation that will be formed by the employees. Another aim is to determine whether they see their employees as the most important among the stakeholder groups of the companies they work for, according to the evaluations of the employees who work in the business without a manager or anyone to order. The sample of the research consists of 58 employees of a manufacturing company that manufactures home, office and hospital furniture and hospital medical equipment in Sivas province in Turkey and currently exports to 113 countries. The fact that it produces products (such as hospital beds, stretchers) needed by the health sector, which makes its importance even more felt during the Covid-19 pandemic period, continues to work by increasing its capacity, and carries out social responsibility activities for employees, among others, have been effective in choosing the company.

In the study, SPSS 23 package program was used in the analysis of the data obtained through face-to-face interviews. In statistical analysis, chi-square analysis, t-test between independent variables, Spearman correlation coefficient and regression analysis were performed. The results obtained show that the research scales are valid and reliable, and that there is a strong positive relationship between the CSR activities of the companies for their employees and the corporate reputation formed by their employees. The result of the evaluations regarding the stakeholders of the enterprise is that the most important stakeholder of the enterprise according to the employees is the State, not the personnel working as a manager or employee in the enterprise. Regression analyzes show that the CSR activities of the enterprises for their employees positively affect the corporate reputation. Although the study has limitations such as being conducted in a sector and a company, it is thought that it will contribute to the literature on the effect of corporate social responsibility activities on the corporate reputation of the employees of the enterprises and set an example for more comprehensive research.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation, Employees, Sivas, Stakeholders



Giriş

Klişeleşmiş ve kabul edilmekte olan bir ifade olarak, özel sektör işletmelerinin en önemli amacı kâr elde etmektir. İşletmeler faaliyetlerini sürdürürken çevresinde yer alan, faaliyetleri ile etkilediği ve faaliyetlerinden etkilendiği, paydaşlar olarak ifade edilebilecek birçok kişi ve organizasyonla ilişki içerisinde bulunmaktadır. Söz konusu paydaşlar arasında, müşteriler, tedarikçiler, devlet, hissedarlar, rakipler, toplum ve fiziksel çevrenin yanı sıra kendi çalışanları yer almaktadır. Her ferdin içerisinde bulunduğu topluma karşı yazılı olan ve olmayan sınırlamalarla belirlenmiş sorumlulukları olduğu gibi kurumsal bireyleri olarak kabul edilebilecek işletmelerin de sorumlulukları vardır. Söz konusu bu sorumluluklar ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük (hayırseverlik) boyutlarında yerine getirilmek durumundadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), “iş gücünün ve ailelerinin yanı sıra yerel topluluk ve genel olarak toplumun yaşam kalitesini iyileştirirken, işletmelerin etik bir şekilde davranma ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunma taahhüdü” olarak tanımlanmaktadır (World Business Council for Sustainable Development, 2000: 8).

Kurumsal itibar ise, paydaş gruplarınca organizasyonla ilgili olarak algılanan izlenim olarak tanımlanabilir (Lai vd., 2010: 467). Kaynak temelli görüşe göre, iyi bir kurumsal itibar, bir şirketi rakiplerinden ayırır ve yalnızca değer yaratma potansiyeli nedeniyle değil, aynı zamanda maddi olmayan karakteri nedeniyle de rakiplerin bunu taklit etmesini zorlaştırdığı için önemli bir stratejik varlıktır (Fombrun ve Shanley, 1990; Roberts ve Dowling, 2002). İyi bir kurumsal itibar, kuruluşun sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmesi için önemli bir faktördür (Sanchez ve Sotorrio, 2007: 337). Diğer birçok faydasının yanı sıra iyi kurumsal itibarın yüksek özgüvenle ilişkilendirilmesi nedeniyle işgücü piyasasından daha nitelikli insanları çekmek ve elde tutmak gibi faydaları söz konusudur (Roberts ve Dowling, 2002).

Çalışanları bir işletmenin en önemli iç paydaş grubunu oluşturmaktadır. İşletmelerin diğer bütün paydaşlarıyla olduğu gibi çalışanlarıyla da karşılıklı olarak beklenti ve sorumlulukları söz konusudur. Bu kapsamda işletmelerin çalışanlarına yönelik olarak yasalardan kaynaklı, etik ve gönüllü sorumlulukları bulunmaktadır. İşletmeler çalışanlarına yönelik olarak, sektör ortalamalarına göre daha yüksek maaş vermek, beceri ve uzun vadeli kariyer geliştirme konusunda desteklemek, ayrımcılığın önlenmesi için gerekli tedbirleri almak, önemli meselelerde sıklıkla onlara danışmak, sağlık durumu ve güvenliklerine önem vermek ve iş-yaşam dengelerini sağlamak gibi KSS kapsamında faaliyetler yürütebilirler.

Bu araştırma makalesi, işletmelerin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirdikleri KSS faaliyetlerinin çalışanlar tarafından nasıl görüldüğü ve işletmenin kurumsal itibarı ile ilgili değerlendirmelerini etkileyip



etkilemediğini ve eğer etkilemesi söz konusu ile bunun yönünü belirlemekle ilgili araştırma boşluğunun giderilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS)

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) terimi, bir işletmenin topluma ve çevreye katkıda bulunmak amacıyla dahil olduğu gönüllü faaliyetleri ifade eder (European Commission, 2001: 8). Tam olarak üzerinde uzlaşmış bir tanımla bulunmamakla birlikte, çeşitli çalışma ve kaynaklardaki tanımlardan da yola çıkarak KSS'yi, işletmenin ekonomik faaliyet ve çıkarlarından ödün vermeksizin etkileşim halinde bulunduğu paydaşlarının (müşteriler, çalışanlar, toplum, devlet, hissedarlar, tedarikçiler, vb.) refahını sağlamak amacıyla, işletmenin çıkarlarının ve yasaların gerektirdiği bazı sosyal faydaları daha ileri götüren gönüllü faaliyetler olarak tanımlamak mümkündür.

Çeşitli araştırmalar neticesinde elde edilen sonuçlara göre, KSS'nin başlıca avantajları, maliyetlerin ve risklerin azaltılması, kârların maksimizasyonu, rekabet avantajı sağlanması, itibar ve meşruiyetin korunması ve sinerjik değer yaratmadır. İyi yönetilen ve sosyal sorumluluk sahibi bir firmanın olası riskleri değerlendirmesi, maliyetleri düşürmesi ve finansal performansı iyileştirmesi daha kolaydır. Sosyal sorumluluğa yeterli önemi göstermeyen bazı işletmeler ise skandallar, yönetim tutarsızlıkları, çalışan grevleri ve dolandırıcılık gibi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır (Cismas vd., 2019). Sosyal sorumluluk sahibi bir işletme, uzun vadede sürekliliğini sağlamanın yanı sıra, aynı zamanda hızlı ve somut faydalar da sağlayan akıllı bir işletmedir (Barauskaite ve Streimikiene, 2021: 279).

Çoğu araştırma KSS'yi ölçmek için çalışan veya müşteri algısını kullanmaktadır. Buradan hareketle algılanan KSS, KSS faaliyetlerine işverenleri tarafından sağlanan destek konusunda çalışanların algılarının derecesi olarak tanımlanmaktadır (Choi ve Yu, 2014: 350). Çalışanların zihinlerinde oluşan KSS algıları, firmalar açısından örgütsel bağlılık ve örgütsel kimlik gibi çok sayıda olumlu sonuçlar doğurur (Gond vd., 2017: 234).

Kurumsal İtibar

Kurumsal itibar, 'kolektif bir paydaş grubunun algısını yansıtan genel izlenim' olarak tanımlanır (Lai vd., 2010: 467). Organizasyonun, talep ve beklentilerini karşılama niyeti ve yeteneğine ilişkin paydaşlar nezdinde birikmiş algıların sonucunda oluşan maddi olmayan bir varlıktır (Park vd., 2014: 296). Paydaşlar organizasyon hakkındaki itibar değerlendirmelerini firmadan aldıkları sinyallere göre gerçekleştirirler (Brammer ve Millington, 2005: 33).

Kurumsal itibar, işletmelere müşteri memnuniyeti ve sadakati kazanma, yüksek fiyatlar uygulayabilme, rekabet avantajı gibi çeşitli faydalar sağlayan maddi olmayan bir varlık olarak kabul edilmektedir (Walsh ve Wiedmann,



2004: 309). Kurumsal itibar, işletmenin stratejik amaçlarına ulaşmak için kullanılan stratejik bir tekniktir (Porter, 2008: 17).

Yöntem ve Sınırlılıklar

Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

İşletme çalışanlarının bakış açısıyla işletmelerin çalışanlarına yönelik gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetlerinin çalışanları nezdinde oluşan kurumsal itibara etkisini belirlemeyi amaçlayan çalışmanın modeli Şekil 1’de görülmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Çalışmada temel olarak iki hipotez test edilmiştir. İşletme çalışanlarına, çalıştıkları işletmenin, KSS faaliyetleri ve sorumluluklarını yerine getirme önceliği bakımından paydaşlarını değerlemeye tabi tutmalarını isteyerek ilk hipotezimiz;

Hipotez 1: Size göre çalıştığınız firma paydaşları (devlet, hissedarlar, müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler) arasından çalışanlarını en öncelikli olarak görmektedir, şeklinde oluşturulmuştur.

İşletmeler açısından en önemli paydaş grupları arasında yer alan çalışanların firmaları tarafından kendilerine yönelik olarak gerçekleştirilen KSS faaliyetlerinin onların nezdinde kurum itibarını olumlu olarak etkilediğini varsayarak ikinci hipotezimiz;

Hipotez 2: İşletmelerin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirdikleri KSS faaliyetleri çalışanlar nezdinde kurumsal itibarı olumlu yönde etkilemektedir, olarak öngörülmüştür.

Evren ve Örneklem

Covid-19 pandemisi, hastane işletmelerine karşı oldukça büyük oranda sağlık hizmeti talebi meydana getirmiştir. Bu taleple birlikte mevcut yatak kapasitelerinde ve kullanılan ekipmanlarda yetersizlikler oluşmuş, söz konusu yetersizlikleri gidermek için imalat sektörü yoğun bir üretim süreci içerisine girmiştir. İşletmelerin çalışanları için gerçekleştirmiş oldukları kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) faaliyetlerinin, çalışanları nezdinde kurumsal itibara etkisinin olup olmadığını araştıran bu çalışmada, önemi daha da belirgin hale gelen hastane mobilyası ve ekipmanları (hasta yatağı, sedye, vb.) üreten imalat sektöründen veri toplanması hedeflenmiştir. Türkiye’de faaliyet gösteren ve hastanelere mobilya ve medikal ekipman imalatı yapan firmalarda çalışan beyaz yakalılar bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Zaman, emek, pandemi dönemindeki seyahat kısıtlamaları ve maddi kısıtlar sebebiyle söz konusu kişilere tam sayım yapmak mümkün



olmadığından Sivas ilinde faaliyet gösteren, Türkiye'deki şehir hastaneleri ve diğer hastanelerin yanı sıra halen 113 ülkeye hastane mobilya ve ekipmanları ihracatı yapmakta olan bir imalat işletmesinin beyaz yakalı çalışanları hedef kitle olarak belirlenmiştir. Çalışmanın yürütülmesi için işletme yönetiminden izin alınmıştır.

Türkiye'de çalışma kapsamındaki işletmenin faaliyet göstermiş olduğu sektörde yer alan ve ihracat yapan 26 firma tespit edilmiştir (<https://www.turkishexporter.com.tr/tr/hastane-ekipmanlari-ihracati/>).

Çalışmada, Sivas dışında faaliyet gösteren ve hedef alınan sektör çalışanlarına zaman ve maliyet kısıtı sebebiyle ulaşılamamıştır. Bu sebeple tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden, kolayda örneklem esasına dayanarak (Malhotra vd., 2017; Yin, 2003; Taherdoost, 2016), Sivas ilinde faaliyet göstermekte olan, hastane mobilya ve ekipmanları ihracatı yapan imalat işletmesindeki toplam 95 beyaz yakalı çalışana anket gerçekleştirilmek istenmiştir. Çalışmaya katılan ve cevapladıkları anketleri kabul edilen 58 kişi ile analiz tamamlanmıştır. Ana kütle bilinen durumda ve standart sapması bilinmeyen durumlarda örneklem hesaplamasına göre ($p=q=0,5$) yapılan hesaplamada, %95 güven seviyesinde, testin gücü %91,93 olarak hesaplanmıştır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada kullanılan anket, toplam altı bölüm ve kırk sorudan oluşmaktadır. Çalışmanın konusunu oluşturan, İşletmelerin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetleri konusundaki ifadelerle dair çalışanlar tarafından verilen cevapların güvenilirlik düzeyi (Cronbach's Alpha) 0,865, işletmenin kurumsal itibarı konusundaki ifadelerle verdikleri cevapların güvenilirlik düzeyi (Cronbach's Alpha) ise 0,917 olarak ölçülmüştür. Bu değerler tavsiye edilen 0.7 değerinden önemli ölçüde daha yüksektir (Hair vd., 1995).

Araştırma anketinde Sweeney (2009) tarafından geliştirilen ve kendisinden izin alınarak Türkçe'ye çevrilen ölçek kullanılmıştır. Ayrıca anket uygulaması için gerekli olan etik kurul izni de alınmıştır.

Verilerin Analizi

Çalışma, işletmelerin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetlerinin çalışanlar arasında kurumsal itibar üzerindeki etkisini belirlemeye odaklanmıştır. Anketlerden elde edilen verileri değerlendirmek için SPSS 23 paket programı kullanılmış ve kategorik değişkenlerin karşılaştırılmasında ki-kare analizi, ölçek grupları arası karşılaştırma için t-testi değişkenler arası ilişkinin araştırılması için Spearman korelasyon katsayısı ve KSS faaliyetlerinin kurumsal itibara etkisinin olup olmadığını tespit etmek üzere regresyon analizi yapılmıştır.

Çalışmada bazı sınırlamalar söz konusudur. Sınırlamalardan birisi yalnızca bir sektör ve firmadan veri toplanmış olmasıdır. Verilerdeki değişkenliği ve



ortak yönelim yanlılığını ortadan kaldırabilmek için, veriler farklı departmanlardan ve farklı pozisyonlarda çalışanlardan toplanmıştır. Araştırmada zaman, finansman ve pandemi koşulları da çalışmanın diğer kısıtını oluşturmaktadır. Söz konusu kısıtlar çalışmanın örneklem büyüklüğünü ve genellenabilirliğini etkilemiştir. Çalışmadan faydalı bulgular elde edilmiş olmakla birlikte bu bulguların genelleştirilmesi çalışmanın farklı sektör, ölçek ve bölgelerde faaliyet gösteren işletmelerde tekrarlanmasına bağlıdır.

Bulgular

Çalışmaya katılan ve soruların tamamına cevap veren işletme çalışanlarına ilişkin demografik ve betimsel bulgular Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1. İşletme Çalışanlarının Demografik ve Betimsel Özellikleri

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Yaş	20'den az	4	6,9
	20-30	33	56,9
	31-40	18	31,0
	41-50	2	3,4
	50'den fazla	1	1,7
Cinsiyet	Erkek	39	67,2
	Kadın	19	32,8
Eğitim Düzeyi	Ortaokul	3	5,2
	Lise	9	15,5
	Önlisans	23	39,7
	Lisans	15	25,9
	Yüksek Lisans	8	13,8
Firmada Çalışma Süresi	3 yıldan az	28	48,3
	3-10	28	48,3
	11-20	2	3,4
Firmadaki Pozisyonu	Yönetici (En az 1 kişiye emir verebilir)	20	34,5
	İşgören (Emir verebileceği kimse olmayan)	38	65,5

Çalışmaya katılan işletme çalışanlarının yaşlarının dağılımına bakıldığında yaklaşık olarak %57'sinin 20-30 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcılardan 50 yaş üzerinde olanların oranı ise (yaklaşık %2) en azdır. İşletme nispeten genç bir çalışan profiline sahiptir. Ankete katılanların yaklaşık %67'si erkek, yaklaşık %33'ü kadın çalışandır. Bu oran Türkiye'de 15 ve daha yukarı yaştaki istihdam edilen kadınların oranından (%28,7) (<https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=37221>) az



**Çalışanlara Dönük Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi:
Sivas'ta Bir İmalat İşletmesi Örneği**

da olsa daha yüksektir. İşletmede çalışan ve ankete cevap verenlerin yaklaşık %79'u önlisans, lisans ve yüksek lisans düzeyinde eğitime sahiptir. Buradan hareketle işletmenin eğitim düzeyi bakımından nitelikli bir işgücü kaynağına sahip olduğunu söylemek mümkündür.

İşletmenin 28 yıldır faaliyette olduğu dikkate alınacak olursa firmadaki çalışma süreleri açısından üç yıldan daha az süredir çalışıyor olanların yaklaşık %48'lik bir dilimi oluşturuyor olması dikkate değerdir. On yıldan daha uzun süredir çalışanların oranının yaklaşık %3 olması da işletmede işgören devir hızının yüksekliğini göstermektedir. Çalışmaya katılanların yaklaşık %35'i yönetici (en az bir kişiye emir verebilir) pozisyonunda iken geriye kalan yaklaşık %65'lik kısım ise işgören (emir verebileceği kimse olmayan) pozisyonunda çalışmaktadır.

Çalışma kapsamında işletme çalışanlarına, firmalarının gerçekleştirdiği KSS faaliyetleri konusundaki ifadelerle ne ölçüde katıldıkları sorulmuştur. Alınan cevapların dağılımı Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2. Çalışanların Firmalarının KSS Faaliyetlerine İlişkin Değerlendirmeleri

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Çalıştığım firmanın birinci sorumluluğu kâr yapmaktır.	1,7	3,4	10,3	50	34,5
Çalıştığım firma müşterilerini memnun etmeye özen göstermektedir.	0	3,4	12,1	44,8	39,7
Çalıştığım firma çalışanlarını memnun etmeye özen göstermektedir.	8,6	12,1	22,4	37,9	19,0
Çalıştığım firma tedarikçileriyle iyi ilişkiler geliştirmeye özen göstermektedir.		6,9	20,7	37,9	34,5
Çalıştığım firma rakipleriyle iyi ilişkiler içinde olmaya özen göstermektedir.	0	20,7	31	25,9	22,4
Çalıştığım firma devlete karşı yükümlülüklerini yerine getirmeye özen göstermektedir.	0	0	12,1	41,4	46,6
Çalıştığım firma sosyal sorumluluk sahibi bir firmadır.	1,7	8,6	34,5	39,7	15,5
Çalıştığım firma kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini düzenli olarak	5,2	19	32,8	24,1	19



gerçekleştirmektedir.

Alınan cevapları içerisinde en dikkat çekici olanı katılımcıların yaklaşık %88'inin (katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevaplarının toplamı) çalıştıkları işletmenin devlete karşı olan yükümlülüklerini yerine getirmeye özen gösteriyor olduğunu düşünüyorken bu görüşe katılmayan hiçbir çalışanın olmamasıdır. Dikkate değer oranlardan birisi de çalışanların %85'e yakınının işletmenin birinci sorumluluğunun kâr elde etmek olduğunu düşünüyor olmalarıdır. Bu sonuç, Milton Friedman (1962)'ın, işletmelerin toplum karşısındaki tek sorumluluğunun kârını en yüksek seviyeye çıkarmak ve hissedarlarının gelirlerinin artmasını sağlamak olduğu şeklindeki klasik görüşü destekler niteliktedir. Çalıştığı firmanın müşterilerini memnun etmeye özen gösterdiği fikrine katılan ve kesinlikle katılanların oranı da yaklaşık olarak %85 düzeyindedir. Çalışanların yarıdan fazlası (yaklaşık %57) çalıştıkları firmanın işgörenlerini memnun etmeye özen gösterdiğini ifade etmişlerdir. Yine çalışanların yarıdan fazlası (yaklaşık %55) çalıştıkları firmanın sosyal sorumluluk sahibi olduğunu düşünürken KSS faaliyetlerini düzenli olarak yerine getirdiğini düşünenlerin oranı yaklaşık olarak %43'tür.

İşletmenin, çalışanlarına yönelik gerçekleştirdiği ve altı başlık halinde sunulan KSS faaliyetleri konusunda çalışanların hiç ile büyük ölçüde arasında değişen beş düzeyde değerlendirme yapması istenilmiştir. Alınan cevapların oransal dağılımı Tablo 3'deki gibidir.

Tablo 3. Firmanın Çalışanlarına Yönelik KSS Faaliyetleri ile İlgili Olarak Çalışanların Düşünceleri

	Hiç Az	Çok Az	Kısmen	Önemli Ölçüde	Büyük Ölçüde
Çalıştığınız firmanın size ödediği maaşlar faaliyet gösterdiği sektörün ortalama maaşlarına göre daha yüksek midir?	19	36,2	24,1	12,1	8,6
Çalıştığınız firma, çalışanlarını (performans değerlendirme, eğitim ve geliştirme aracılığıyla) beceri ve uzun vadeli kariyer geliştirme konusunda hangi ölçüde teşvik etmektedir?	13,8	34,5	24,1	19	8,6
Çalıştığınız firma hangi ölçüde ayrımcılığın (cinsiyet, ırk vb.) önlenmesi için gerekli tedbirleri almaktadır?	5,2	8,6	34,5	31	20,7
Çalıştığınız firma önemli meseleleri hangi sıklıkla çalışanlarına danışmaktadır?	13,8	31	31	13,8	10,3
Çalıştığınız firma çalışanların sağlık durumlarına ve güvenliklerine hangi ölçüde önem vermektedir?	5,2	5,2	27,6	34,5	27,6
Çalıştığınız firma çalışanlarının iş/yaşam dengesini hangi ölçüde sağlamaktadır?	8,6	20,7	34,5	27,6	8,6



Çalışanların yaklaşık %21'lik kısmı (önemli ölçüde ve büyük ölçüde diyenlerin toplamı) firmalarının kendilerine ödediği maaşın faaliyet gösterilen sektörün ortalama maaşlarına göre daha yüksek olduğunu düşünmektedir. Yaklaşık %55'lik kısım ise (hiç ve çok az diyenlerin toplamı) sektör ortalamasının altında maaş aldıklarını ifade etmişlerdir. Çalışanların yaklaşık %24'ü ise maaşlarının sektör ortalaması civarında olduğunu (kısmen cevabını verenler) kabul etmektedirler.

Çalıştıkları firmanın beceri ve uzun vadeli kariyer gelişimi konusunda kendilerini teşvik ettiğini düşünenlerin oranı yaklaşık olarak %28 iken, bu konudaki teşviklerin hiç ya da çok az olduğunu düşünenlerin oranı yaklaşık olarak %48'dir. Firmalarının, performans değerlendirme, eğitim ve geliştirme aracılığıyla kendilerini beceri ve uzun vadeli kariyer gelişimi konusunda kısmen teşvik ettiğini ifade edenlerin oranı yaklaşık olarak %24'tür. İşgörenlerin yaklaşık %52'si firmalarının cinsiyet, ırk gibi ayrımcılık konularında önemli ve büyük ölçüde hassasiyet gösterdiğine inanmaktadırlar. Bu konuda hassasiyetin yetersiz (hiç ve çok az toplamı) olduğunu düşünenler katılımcıların %14'lük kısmını oluştururken kısmen hassasiyet gösterildiğini ifade edenlerin oranı yaklaşık olarak %35'tir.

İşletmenin işgörenlerine dönük KSS faaliyetleri kapsamında, çalışanların yaklaşık % 24'ü önemli ve büyük ölçüde, firmalarının önemli meseleleri kendilerine danıştığını düşünürken yaklaşık %45'i ise hiç ya da çok az danıştıklarını düşünmektedirler. Kısmen danışıldığını ifade edenlerin oranı ise %31'dir. Çalışanların büyük bir kısmı (yaklaşık %62) firmalarının büyük ve önemli ölçüde sağlık durumu ve güvenliklerine önem verdiğini düşünmektedir. Yaklaşık olarak %10'luk kesin bu konuda yeterli hassasiyetin gösterilmediğini, yaklaşık %28'i ise kısmen önem verildiğini belirtmişlerdir. Çalışanların yaklaşık %36'sı firmalarının iş/yaşam dengesini önemli ve büyük ölçüde sağladığını, yaklaşık %35'i ise kısmen sağladığını ifade etmişlerdir. Bu konuda gerekli özeni hiç ya da çok az gösterdiğini düşünenlerin oranı ise yaklaşık olarak %29'dur.

Görüldüğü gibi firmanın çalışanlarına yönelik KSS faaliyeti içerisinde çalışanlar nezdinde en öne çıkanlar, çalışanlarının sağlık durumları ve güvenliklerine önem vermesi ve ayrımcılığın önlenmesi konusunda gerekli tedbirleri alması olmuştur.

Çalışma kapsamında İşletme çalışanlarından, firmalarının kurumsal itibara dair göstergeleri hakkında değerlendirme yapmaları istenilmiştir. Verdikleri cevapların dağılımı Tablo 4'deki gibidir.



Tablo 4. İşletme Çalışanlarının Firmalarının Kurumsal İtibarına Dair Göstergelere Katılım Düzeyleri

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Rakiplerine göre daha yüksek kârlılığa ve finansal performansa sahiptir.	0	1,7	31	43,1	24,1
Uzun vadeli yatırımlarının değeri yüksektir.	0	3,4	31	39,7	25,9
Kaliteli ürün ve satış sonrası hizmetler sunan, yenilikçidir.	0	5,2	22,4	39,7	32,8
Güvenilir, saygın, takdir edilen ve iyi hisler uyandıran bir şirkettir.	1,7	3,4	22,4	37,9	34,5
Personeline adil davranır.	15,5	15,5	32,8	22,4	13,8
Pazar olanaklarından avantaj sağlayan, güçlü liderlere sahip ve vizyonerdir.	3,4	6,9	29,3	36,2	24,1
Kaliteli çalışma ortamı ve personele sahiptir.	5,2	10,3	36,2	34,5	13,8
Fiziksel çevreyi (doğayı) koruma konusunda sorumluluk sahibidir.	1,7	6,9	29,3	41,4	20,7
Hayırseverdir.	1,7	6,9	41,4	34,5	15,5
Toplumla karşı davranışlarında yüksek ahlaki standartlara sahiptir.	0	3,4	37,9	34,5	24,1
Rekabet gücü yüksek ve büyüme potansiyeline sahiptir.	0	0	20,7	39,7	39,7

Katılımcıların yaklaşık %67'si (katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum toplamı) çalıştıkları firmanın rakiplerine kıyasla daha yüksek, performans ve kârlılığa sahip olduğunu düşünmektedir. Buna kesinlikle katılmayan hiç kimse yokken katılmıyorum düşüncesinde olanların oranı yaklaşık olarak %2 civarındadır. Kararsızlarsa %31 oranındadır. Çalışanların yaklaşık olarak %66'sı işletmelerinin yaptığı uzun vadeli yatırımlarının değerinin yüksek olduğuna inanırken bu fikirde olmayanların oranı yaklaşık olarak %3'tür. İşgörenlerin yaklaşık %73 gibi büyük bir kısmı çalıştıkları firmanın yenilikçi ve kaliteli ürün ve satış sonrası hizmetler sunan bir işletme olduğu kanaatindedir. Bu düşüncede olmayan hiç kimse yokken katılmadığını ifade edenlerin oranı yaklaşık olarak %5'tir.



Ankete katılanların yaklaşık olarak %72'si işyerlerinin, güvenilir, saygın, takdir edilen ve iyi hisler uyandıran bir şirket olduğunu düşünürken, kesinlikle katılmayan ve katılmayanların toplamı yaklaşık olarak %5 ve bu konuda kararsız olanların oranı ise yaklaşık olarak %22'dir. Çalışanların bakış açısına göre, işletmenin itibar göstergeleri ile ilgili olarak ortaya çıkan en dikkat çekici sonuçlardan birisi işletmenin personeline adil davranmasıdır. Çalışanların yaklaşık %36'sı bu konuda olumlu, %31'i ise olumsuz görüş bildirmiştir. Kararsızların oranı ise yaklaşık olarak %33'tür. Çalıştıkları işletmenin vizyoner, pazar olanaklarından avantaj sağlayan ve güçlü liderlere sahip olduğunu düşünen çalışanların oranı yaklaşık olarak %60' iken bu konuda olumsuz düşünenler yaklaşık %10 ve kararsız olanlar yaklaşık %29 oranındadır.

İşgörenlerin yaklaşık %48'i çalıştığı firmanın kaliteli bir çalışma ortamı ve personele sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Çalışma ortamının ve personelin kalite açısından yetersiz olduğunu ifade edenler %15 civarında iken kararsızların oranı %36 düzeyindedir. İşletmelerinin doğal çevreyi koruma konusunda sorumluluk sahibi olduğunu düşünenlerin oranı yaklaşık olarak %62, doğal çevreyi dikkate almadığını düşünenlerin oranı %8 ve kararsızların oranı %29 düzeyindedir. Çalışmaya katılanların yarısı firmalarının hayırsever olduğunu kabul ederken diğer yarısının yaklaşık %9'u hayırsever olmadığını ve yaklaşık %41'i de bu konuda kararsız olduklarını belirtmişlerdir.

Çalışanların yaklaşık %59'u firmalarının topluma karşı davranışlarında yüksek ahlaki standartlara sahip olduğunu düşünmektedirler. Bu konuda yeterli olmadığını düşünenlerin oranı yaklaşık %3 iken, olumlu veya olumsuz görüş bildirmeyenlerin oranı yaklaşık olarak %38'dir. İşgörenlerin yaklaşık %79'u gibi büyük bir kısmı işletmelerinin rekabet gücü yüksek ve büyüme potansiyeline sahip olduğunu ifade ederken hiçbir çalışan bu konuda olumsuz düşünceye sahip değildir. Kararsız olanlarla yaklaşık olarak %21 civarındadır.

Katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevaplarının toplamlarından hareketle, çalışanlar işletmelerinin kurumsal itibar göstergelerinden, "rekabet gücü yüksek ve büyüme potansiyeline sahip" olmasını ilk sırada değerlendirmişlerdir. Bunu "kaliteli ürün ve satış sonrası hizmetler sunan, yenilikçi" olması ve "güvenilir, saygın, takdir edilen ve iyi hisler uyandıran bir şirket" olduğu yönündeki görüşler takip etmektedir. İşletmenin personeline adil davranıyor olduğu görüşü en az kabul gören itibar göstergesi iken bunu çalışanları ilgilendiren diğer bir gösterge olan "kaliteli çalışma ortamı ve personele sahiptir" takip etmektedir. Buradan, çalışanların kendi nitelikleri ile ilgili olarak da bir eksikliği kabullendiklerini ifade etmek mümkündür.

Çalışma kapsamında, firmada yönetici ve işgören pozisyonlarında çalışmakta olan katılımcılara, işletmelerinin yürütmüş olduğu KSS faaliyetlerinden ne



ölçüde fayda sağlamış olduğunu değerlendirmeleri istenilmiştir. Hiç ile büyük ölçüde arasında verilen cevapların dağılımı Tablo 5'teki gibidir.

Tablo 5. İşletmenin KSS Faaliyetlerinden Sağladığı Faydalarla İlgili Olarak Çalışanların Değerlendirmeleri

	Hiç	Çok Az	Kısmen	Önemli Ölçüde	Büyük Ölçüde
Toplumsal ilişkilerde gelişme	1,7	20,7	39,7	25,9	12,1
Marka imajında artış	1,7	8,6	31,0	39,7	19,0
Potansiyel işgücünün cezbedilmesi (çekilmesi)	3,4	15,5	39,7	24,1	17,2
Çalışan motivasyonunda artış	15,5	17,2	37,9	25,9	3,4
Çalışanların elde tutulması	17,2	25,9	29,3	25,9	1,7
Satışların artması	1,7	8,6	31	43,1	15,5
Müşteri sadakatinde artış	5,2	10,3	36,2	32,8	15,5
Maliyetlerde azalış	1,7	12,1	43,1	34,5	8,6
Sermayeye erişimde kolaylaşma (bankalar veya yatırımcılar)	1,7	8,6	36,2	41,4	12,1

Tablo 5'te de görüldüğü gibi, işletme çalışanları, firmalarının gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetlerinden hangi konuda fayda sağlamış olduğu yönündeki soruya, önemli ölçüde ve büyük ölçüde seçeneklerinin toplamından hareketle, en büyük faydayı %58,7 ile marka imajında artış sağlamış olması cevabını vermişlerdir. Bunu %58,6 ile satışların artması ve %53,5 ile sermayeye erişimde kolaylaşma takip etmiştir. İşletmenin yürüttüğü KSS faaliyetlerinden en az faydayı sağladığı konuların ilk üç sırasında çalışanlarla ilgili olanların bulunması oldukça dikkat çekicidir. Çalışanların %25,3'ü KSS faaliyetlerinin potansiyel işgücünün çekilmesine, %27,6'sı çalışanların elde tutulmasına ve %29,3'ü de çalışan motivasyonunda artışa neden olduğunu ifade etmişlerdir. Dolayısıyla çalışanlar işletmelerinin kendilerine dönük KSS faaliyetlerinin yeterli olmadığı ya da yürütülmekte olan KSS faaliyetlerinin çalışanlar nezdinde yeterli etkiyi yaratmadığı kanaatindedirler.

İşletme çalışanlarına, çalışmakta oldukları firmalarının Devlet, hissedarlar, müşteriler, çalışanlar ve tedarikçilerinden oluşan paydaşlarından hangisini en öncelikli olarak gördüklerine dair soruya verdikleri cevapların oransal dağılımı Tablo 6'daki gibidir.

Tablo 6. Çalışanlarına Göre İşletme Paydaşlarının Öncelik Dağılımı

	Frekans	%	Kümülatif %
Devlet	20	34,5	34,5
Hissedarlar	15	25,9	60,3



**Çalışanlara Dönük Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi:
Sivas'ta Bir İmalat İşletmesi Örneği**

Müşteriler	17	29,3	89,7
Çalışanlar	3	5,2	94,8
Tedarikçiler	3	5,2	100,0
Toplam	58	100,0	

Tablo 6'da, çalışanların kendi bakış açılarıyla, firmalarının paydaşlarından hangisini en öncelikli gördüğüne dair soruya verdikleri cevapların dağılımı görülmektedir. Cevap verenlerin yaklaşık olarak %35'i çalıştıkları firmanın en öncelikli paydaş olarak Devlet'i gördüğünü düşünmektedir. Bunu yaklaşık olarak %29 ile müşteriler takip etmektedir. Hissedarlar yaklaşık %26'lık payla üçüncü sırada yer almaktadır. Dikkat çekici bir sonuç olarak işletme çalışanlarının yalnızca yaklaşık %5'lik kısmının firmalarının kendilerini en önemli paydaş olarak gördüğünü düşünüyor olmalarıdır. Firmaya girdi sağlayan tedarikçiler de benzer şekilde yaklaşık %5'lik payla sıralamada en sonda yer almaktadır. Bu sonuçlara göre, size göre çalıştığınız firma paydaşları (devlet, hissedarlar, müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler) arasından çalışanlarını en öncelikli olarak görmektedir şeklinde oluşturduğumuz *Hipotez 1 reddedilmiş* olmaktadır.

İşletmede yönetici veya işgören pozisyonunda çalışıyor olmak ve cinsiyetle, çalıştıkları firmanın KSS faaliyetleri ile ilgili ifadelerle katılma durumu arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek üzere Ki-Kare analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Çalışılan Firmanın KSS Faaliyetleri İle İlgili İfadelere Katılım İle Çalışılan Pozisyon ve Cinsiyet Bakımından İlişki

	Pozisyon (işgören/yönetici)			Cinsiyet (Kadın/Erkek)		
	Değer	df	p	Değer	df	p
Çalıştığım firmanın öncelikli sorumluluğu kâr yapmaktır.	5,724	4	,221	4,702	4	,319
Çalıştığım firma müşterilerini memnun etmeye özen göstermektedir.	2,803	3	,423	2,895	3	,408
Çalıştığım firma çalışanlarını memnun etmeye özen göstermektedir.	1,989	4	,738	2,864	4	,581
Çalıştığım firma tedarikçileriyle (hammadde ve yarı mamul sağlayanlar) iyi ilişkiler geliştirmeye özen göstermektedir.	2,269	3	,519	7,223	3	,065
Çalıştığım firma rakipleriyle iyi ilişkiler içinde olmaya özen göstermektedir.	,658	3	,883	6,236	3	,101
Çalıştığım firma devlete karşı yükümlülüklerini yerine getirmeye özen göstermektedir.	,221	2	,895	2,465	2	,292
Çalıştığım firma sosyal sorumluluk sahibi bir	7,804	4	,099	11,970	4	,018



firmandır.

Çalıştığım firma kurumsal sosyal sorumluluk 3,519 4 ,475 9,114^a 4 ,058 faaliyetlerini düzenli olarak gerçekleştirmektedir.

İşgörenlerin, KSS kapsamında, firmanın gerçekleştirdiği faaliyetler konusunda Tablo 7’de kendilerine sunulmuş olan ifadelerin tamamı için, katılma düzeyleri ile ilgili olarak işyerinde yönetici veya işgören pozisyonunda çalışıyor olmaları bakımından anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p>0,05$).

Cinsiyet açısından sonuçlara bakıldığında ise çalışılan firmanın sosyal sorumluluk sahibi olduğuna dair görüşlerde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0,05$). Bu konuda erkek çalışanlar kadın çalışanlara göre daha olumlu düşünmektedirler. Diğer değerlendirmelerin tümünde ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$).

İşletme çalışanlarından, çalıştıkları firmalarının paydaşlarından hangisini en öncelikli olarak gördüklerini değerlendirmeleri istenilmiştir. Bu konudaki değerlendirme ile çalışılan pozisyon ve cinsiyet arasında bir ilişki olup olmadığına dair bulgular Tablo 8’deki gibidir.

Tablo 8. İşletme Paydaşlarından Hangisinin En Öncelikli Olduğu Konusundaki Düşünce İle Pozisyon ve Cinsiyet İlişkisi

	Değer	df	p
Pozisyon (işgören/yönetici)	4,728	4	,316
Cinsiyet (Kadın/Erkek)	5,623	4	,229

İşletmede işgören veya yönetici olarak çalışmakta olanların, firmalarının, Devlet, hissedarlar, müşteriler, çalışanlar ve tedarikçilerden oluşan paydaşları arasında hangisini en öncelikli olarak gördüklerine dair değerlendirmeleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemek üzere Pearson Ki-Kare Testi yapılmış ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Aynı şekilde çalışanların cinsiyeti ile söz konusu paydaşlarından hangisini en öncelikli gördüklerine dair düşünceleri için de istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$).

İşletmede yönetici veya işgören durumunda olmak ve cinsiyetle, çalışmakta oldukları işletmelerinin çalışanlarına dönük KSS faaliyetlerini hangi ölçüde yerine getirdiğine dair ifadelerle katılma durumu arasında ilişki olup olmadığı Ki-Kare Testi ile araştırılmış ve sonuçlar Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. İşletmenin Çalışanlarına Yönelik KSS Faaliyetlerinin Çalışanlarca Değerlendirilmesi İle Pozisyon ve Cinsiyet İlişkisi

	Pozisyon (işgören/yönetici)			Cinsiyet (Kadın/Erkek)		
	Değer	df	p	Değer	df	p
Çalıştığım firmanın çalışanlarına ödediği maaşlar,	5,143	4	,273	2,603	4	,626



**Çalışanlara Dönük Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi:
Sivas'ta Bir İmalat İşletmesi Örneği**

faaliyet gösterdiği sektörün ortalama maaşlarına göre daha yüksektir.

Çalıştığım firmada çalışanlar (performans değerlendirme, eğitim ve geliştirme aracılığıyla) beceri ve uzun vadeli kariyer geliştirme konusunda teşvik edilmektedir. 4,066 4 ,397 2,871 4 ,580

Çalıştığım firma ayrımcılığın (cinsiyet, ırk vb.) önlenmesi için gerekli tedbirleri almaktadır. 7,417 4 ,115 ,824 4 ,935

Çalıştığım firmada önemli meseleler sıklıkla çalışanlara danışılmaktadır. 7,159 4 ,128 7,368 4 ,118

Çalıştığım firmada çalışanların sağlık durumlarına ve güvenliklerine önem verilmektedir. 3,925 4 ,416 1,669 4 ,796

Çalıştığım firmada çalışanların iş/yaşam dengeleri sağlanmaktadır. 6,360 4 ,174 ,950 4 ,917

İşletmede yönetici veya işgören pozisyonunda çalışıyor olmakla, firmanın işgörenlerine yönelik KSS faaliyetlerini hangi ölçüde yerine getirdiğine dair Tablo 9'da görülen ifadelerle katılma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$). Aynı durum cinsiyet açısından da söz konusudur.

Firmada işgören ya da yönetici pozisyonunda bulunuyor olmak ve cinsiyetle, çalıştıkları işletmenin kurumsal itibarına dair ifadelerle katılma durumu arasında ilişki olup olmadığı Ki-Kare Testi ile araştırılmış ve sonuçlar Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. Çalışmakta Oldukları İşletmenin Kurumsal İtibarına Dair İfadelere Katılma Durumu İle Pozisyon ve Cinsiyet İlişkisi

	Pozisyon (işgören/yönetici)			Cinsiyet (Kadın/Erkek)		
	Değer	df	p	Değer	df	p
Rakiplerine göre daha yüksek kârlılığa ve finansal performansa sahiptir.	2,810	3	,422	3,558	3	,313
Uzun vadeli yatırımlarının değeri yüksektir.	5,714	3	,126	6,016	3	,111
Kaliteli ürün ve satış sonrası hizmetler sunan, yenilikçidir.	5,217	3	,157	2,406	3	,493
Güvenilir, saygın, takdir edilen ve iyi hisler uyandıran bir firmadır.	8,873	4	,064	,835	4	,934
Çalışanlarına adil davranır.	7,052	4	,133	1,716	4	,788
Pazar olanaklarından avantaj sağlayan, güçlü liderlere sahip ve vizyonerdir.	7,600	4	,107	3,389	4	,495
Kaliteli çalışma ortamı ve işinde uzman çalışanlara sahiptir.	8,346	4	,080	8,397	4	,078



Fiziksel çevreyi (doğayı) koruma konusunda sorumluluk sahibidir.	26,701	4	,001	7,361	4	,118
Hayırseverdir.	13,036	4	,011	3,232	4	,520
Topluma karşı davranışlarında yüksek ahlaki standartlara sahiptir.	16,186	3	,001	4,790	3	,188
Rekabet gücü yüksek ve büyüme potansiyeline sahiptir.	6,215	2	,045	2,667	2	,264

Tablo 10’da işletmede işgören veya yönetici olarak çalışıyor olmakla, işletmenin kurumsal itibar göstergeleri arasında bir ilişkinin olup olmadığı verilmiştir. Buna göre; “firmalarının, rakiplerine göre daha yüksek kârlılık ve finansal performansa sahip, uzun vadeli yatırımlarının değeri yüksek, kaliteli ürün ve satış sonrası hizmetler sunan, yenilikçi, güvenilir, saygın, takdir edilen ve iyi hisler uyandıran, pazar olanaklarından avantaj sağlayan, güçlü liderlere sahip ve vizyoner, kaliteli çalışma ortamı ve işinde uzman çalışanlara sahip bir firma olduğu ve çalışanlarına adil davrandığı” yönündeki ifadelerle katılma düzeyleri konusunda çalışılan pozisyon bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$). “Doğayı koruma konusunda sorumluluk sahibi, hayırsever, topluma karşı yüksek ahlaki standartlara ve rekabet gücü yüksek ve büyüme potansiyeline sahip olması” bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p<0,05$). İşletmenin kurumsal itibarına dair bu dört gösterge ile ilgili olarak işletmede işgören pozisyonunda çalışanlar yönetici pozisyonunda çalışanlara göre daha olumlu düşünmektedir. Cinsiyet açısından değerlendirmede ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$).

Çalıştıkları işletmenin KSS faaliyetlerinden hangi faydaları elde ettiği konusundaki düşünceleri ile ilgili olarak firmada yönetici veya işgören olarak çalışıyor olmak arasında, ayrıca yine KSS faaliyetlerinden elde edilen faydalar konusundaki düşüncelerle cinsiyet arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek üzere Ki-Kare analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Firmanın KSS Faaliyetlerinden Elde Ettiği Fayda Konusundaki Düşüncelerle Pozisyon ve Cinsiyet İlişkisi

	Pozisyon (İşgören/Yönetici)			Cinsiyet (Kadın/Erkek)		
	Değer	df	p	Değer	df	p
Toplumsal ilişkilerde gelişme	9,064	4	,060	8,918	4	,063
Marka imajında artış	8,735	4	,068	4,135	4	,388
Potansiyel işgücünün cezbedilmesi (çekilmesi)	6,705	4	,152	2,774	4	,596



**Çalışanlara Dönük Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi:
Sivas'ta Bir İmalat İşletmesi Örneği**

Çalışan motivasyonunda artış	5,886	4	,208	3,889	4	,421
Çalışanların elde tutulması	4,164	4	,384	,968	4	,915
Satışların artması	5,740	4	,219	3,674	4	,452
Müşteri sadakatinde artış	10,107	4	,039	2,673	4	,614
Maliyetlerde azalış	5,264	4	,261	2,582	4	,630
Sermayeye erişimde kolaylaşma (bankalar veya yatırımcılar)	13,753	4	,008	5,943	4	,203

Tablo 11'de de görüldüğü gibi firmada işgören ya da yönetici olarak çalışıyor olmakla, işletmenin KSS faaliyetlerinden, "toplumsal ilişkilerde gelişme, marka imajında artış, potansiyel işgücünün çekilmesi, çalışan motivasyonunda artış, çalışanların elde tutulması, satışların artması ve maliyetlerin azalması" gibi faydaları sağladığına dair düşünceleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$). "Müşteri sadakatinde artış ve sermayeye erişimde kolaylaşma" açısından ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu iki konuda, işgören pozisyonunda çalışanlar yönetici olarak çalışanlara kıyasla işletmenin KSS faaliyetlerinden elde ettiği faydaların daha fazla olduğu düşüncesine sahiptirler. Cinsiyet açısından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$).

İşletme çalışanlarının KSS konusundaki ifadelerle katılım düzeyleri, firmanın çalışanlarına yönelik KSS faaliyetleri ve kurumsal itibarı konusundaki düşünceleri ve çalıştıkları firmanın KSS faaliyetlerinden ne ölçüde fayda sağladığı yönündeki değerlendirmelerin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğine dair t testi sonuçları Tablo 12'deki gibidir.

Tablo 12. Cinsiyete Göre, KSS Kavramı, Çalışanlara Yönelik KSS Faaliyetleri, Kurum İtibarı ve KSS'den Fayda Sağlama Düzeyleri Karşılaştırması

Değişkenler	Gruplar	N	Ortalama \bar{x}	Standart Sapma	t testi		
					t	df	p
KSS konusundaki ifadelerle katılım düzeyi	Erkek	39	31,0769	5,05956	1,155	56	,253
	Kadın	19	29,4737	4,75358			
Firmanın çalışanlarına yönelik KSS faaliyetleri gerçekleştirme düzeyi	Erkek	39	18,7949	5,28742	,825	56	,413
	Kadın	19	17,5789	5,22085			
Çalışanlara göre kurumun itibar düzeyi	Erkek	39	41,5641	8,29963	,534	56	,596
	Kadın	19	40,4211	6,07651			
Çalışanlara göre firmanın KSS'den fayda sağlama düzeyi	Erkek	39	30,0513	7,76276	,444	56	,659
	Kadın	19	29,1579	5,82393			

Tablo 12'de de görüldüğü gibi, işletme çalışanlarının KSS kavramı ile ilgili olarak kendilerine sunulmuş olan ifadelerle verdikleri cevaplar bakımından



cinsiyete göre istatistiksel olarak ($p>0,05$) bir fark yoktur. Aynı şekilde firmalarının kendilerine yönelik olarak firmalarının gerçekleştirmiş olduğu KSS faaliyetleri, firmalarının kurumsal itibar açısından ve firmanın KSS faaliyetlerinden fayda sağlama düzeyi bakımından değerlendirilmesi açısından da çalışanların verdiği cevaplarda cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$)

Çalışanların işletmelerinin yürüttüğü KSS faaliyetleri ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri, işletmenin işgörenlerine dönük KSS uygulamaları ve kurumsal itibarı ile ilgili düşünceleri ve çalışmaları durumunda buldukları firmalarının KSS faaliyetlerinden hangi ölçüde fayda sağladığına yönelik değerlendirmelerin pozisyonlarına (yönetici veya işgören) göre farklılık gösterip göstermediğine dair t testi sonuçları Tablo 13'teki gibidir.

Tablo 13. İşletmedeki Pozisyonlara Göre, KSS Kavramı, Çalışanlara Yönelik KSS Faaliyetleri, Kurum İtibarı ve KSS'den Fayda Sağlama Düzeyleri Karşılaştırması

Değişkenler	Gruplar	N	Ortalama x	Standart Sapma	t testi		
					t	df	p
KSS konusundaki ifadelerle katılım düzeyi	Yönetici	20	29,9000	5,13912	,720	56	,474
	İşgören	38	30,8947	4,92533			
Firmanın çalışanlarına yönelik faaliyetleri gerçekleştirme düzeyi	KSS Yönetici	20	16,7500	4,43521	1,764	56	,083
	İşgören	38	19,2632	5,49045			
Çalışanlara göre kurumun itibar düzeyi	Yönetici	20	36,7000	7,04945	3,583	56	,001
	İşgören	38	43,5526	6,85643			
Çalışanlara göre firmanın KSS'den fayda sağlama düzeyi	Yönetici	20	26,1000	5,82101	3,024	56	,004
	İşgören	38	31,6842	7,08674			

Tablo 13'te de de görüldüğü gibi, KSS kavramı kapsamında firmalarını değerlendirmeleri hususunda çalışanların kendilerine sunulan ifadelerle verdikleri cevaplar bakımından firmada buldukları pozisyonlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$). Benzer şekilde kendilerine yönelik olarak firmalarının gerçekleştirmiş olduğu KSS faaliyetlerini değerlendirmelerine yönelik ifadelerle verdikleri cevaplar açısından çalışanların buldukları pozisyonlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$). Çalışanların bakış açısıyla firmalarının kurumsal itibar düzeyi değerlemesinde buldukları pozisyonlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki söz konusudur ($p<0,05$). Firmada işgören pozisyonunda çalışanların, firmalarının kurumsal itibar düzeyi konusundaki değerlendirmeleri ($\bar{x}=43,5$) yöneticilerin değerlendirmelerine göre ($\bar{x}=36,7$) daha olumludur. Çalıştıkları firmanın KSS faaliyetlerinden fayda elde etme düzeyi bakımından değerlendirilmesinde çalışanların buldukları pozisyonlara göre istatistiksel olarak ($p<0,05$) anlamlı bir fark vardır. Firmada emir verebileceği



**Çalışanlara Dönük Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi:
Sivas'ta Bir İmalat İşletmesi Örneği**

kimse olmaksızın çalışanların firmalarının KSS faaliyetlerinden fayda sağlama düzeyi konusundaki değerlendirmeleri ($\bar{x}=31,6$) emir verebileceği en az bir kişi olanların değerlendirmelerine göre ($\bar{x}=26,1$) daha olumludur.

Çalışanların değerlendirmesine göre, işletmenin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirdiği KSS faaliyetleri ile işletmenin kurumsal itibarı arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığını tespit etmek üzere Spearman Sıra Korelasyon değerine bakılmıştır. Sonuçlar Tablo 14'teki gibidir.

Tablo 14. Çalışanlar Açısından, İşletmenin Çalışanlarına Yönelik KSS Faaliyetleri İle İşletmenin Kurumsal İtibarı Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi Sonuçları

		İşletmenin Çalışanlarına Yönelik KSS Faaliyetleri	Çalışanlarına Göre İşletmenin Kurumsal İtibarı
İşletmenin Yönelik KSS Faaliyetleri	Spearman's rho	1,000	,642**
	Sig. (2-tailed)	.	,000
	N	58	58
Çalışanlarına Göre Kurumsal İtibarı	Spearman's rho	,642**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	.
	N	58	58

($p<0,05$) (2-tailed).

Tablo 14'te de görüldüğü gibi Spearman Korelasyon testi sonuçlarına göre işletmelerin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetleri ölçeği ile çalışanlar nezdinde işletmenin kurumsal itibarı ölçeği arasında pozitif yönlü ve güçlü seviyede anlamlı bir ilişki vardır. ($r=.642$, $p < ,05$)

Çalışmanın konusunu teşkil eden, çalışanların bakış açısıyla, işletmelerin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetlerinin kurumsal itibara etkisinin olup olmadığını tespit etmek üzere gerçekleştirilmiş olan regresyon analizi sonuçlarına Tablo 15'te sunulmuştur.

Tablo 15. İşletmelerin Çalışanlarına Yönelik KSS Faaliyetlerinin Çalışanlar Nezdinde Kurumsal İtibar Yordamasına İlişkin Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	B	St.Hata (β)	t	P	R	R ²	F	p	
İşletmenin Çalışanlarına Yönelik KSS Faaliyetleri	Çalışanlar Nezdinde Kurumsal İtibar	2,071	,243	,691	8,512	,000	,691	,477	51,063	,000

Çalışanlar nezdinde kurumsal itibarın oluşmasında işletmenin çalışanlarına yönelik KSS faaliyetleri %47,7 ($R^2= ,477$) oranında etkilidir. Yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre model bütün olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Bu sonuçlara göre **Hipotez 2 kabul** edilmiştir. Yani işletmenin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirmiş olduğu KSS faaliyetleri çalışanlar nezdinde



işletmenin kurumsal itibarının oluşumunda pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Sonuç

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), işletmenin ekonomik fayda ve çıkarlarına ulaşmak için çaba sarf etmenin yanı sıra paydaşlarının refahını da sağlayacak, yasalarla düzenlenmiş olanlara ilaveten etik ve gönüllü faaliyetleri gerçekleştirmesidir. Kurumsal itibar ise, paydaşlarının firma ile ilgili birikmiş algılarının toplamıdır. İşletmelerin diğer bütün paydaşlarına olduğu gibi iç çevresinde yer alan çalışanlarına karşı da sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumluluklar yukarıda da ifade edildiği gibi yasalar ve etik ilkelerin yanı sıra işletmelerin gönüllü olarak yerine getirdiklerinden oluşmaktadır.

Bu araştırmada, işletmede çalışmakta olan işgörenlerin değerlendirmelerine göre, işletmelerin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları KSS faaliyetlerinin kurumsal itibar oluşumuna etkisi incelenmiştir. İşletme çalışanlarının büyük bir kısmı işletmelerinin en önemli sorumluluğunun kâr elde etmek olduğunu düşünmektedirler. Yarısından fazlası ise işletmelerinin işgörenlerini memnun etmek için çaba sarf ettiğini ifade etmişlerdir. İşletmenin işgörenlerine dönük KSS faaliyetlerinden çalışanlarınca en dikkat çekici bulunanlar, çalışanlarının sağlık durumları ve güvenliklerine önem vermesi ve ayrımcılığın önlenmesi konusunda gerekli tedbirleri alıyor olmasıdır.

Çalışanlar işletmelerinin “rekabet gücü yüksek ve büyüme potansiyeline sahip” olduğu yönündeki kurumsal itibar göstergesini en öne çıkarırken, personeline adil davranıyor olduğu görüşü en az kabul gören itibar göstergesidir. İşletmede işgören pozisyonunda çalışanlar, işletmelerinin kurumsal itibar düzeyi konusunda yönetici pozisyonunda çalışanlara kıyasla daha olumlu düşünmektedir. Aynı durum işletmenin KSS faaliyetlerinden fayda elde etme düzeyi bakımından da söz konusudur. Bu konuda da işgören sıfatıyla çalışanlar yönetici pozisyonundaki çalışanlara göre daha olumlu görüştedirler.

İşletmenin işgörenleri, işletmelerinin KSS faaliyetleri neticesinde sağladıkları en önemli fayda olarak marka imajında artışı ifade etmektedirler. Dikkat çekici sonuçlardan birisi, çalışanların işletmenin yürüttüğü KSS faaliyetlerinden en az faydayı, potansiyel işgücünün çekilmesi, çalışanların elde tutulmasına ve çalışan motivasyonunda artışa neden olduğunu düşünüyor olmalarıdır. Çalışanlar, işletmelerinin Devlet'i en önemli, kendilerini ise tedarikçilere birlikte en az önem verdiği paydaş olarak gördüğünü düşünmektedirler.

Yapılan analiz neticesinde, işletmelerin işgörenlerine yönelik KSS faaliyetleri ölçeği ile çalışanlar nezdinde işletmenin kurumsal itibarı ölçeği arasında pozitif yönlü güçlü seviyede anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



Çalışmanın esas konusu ve amacı olan çalışanlara yönelik KSS faaliyetlerinin çalışanlar nezdinde işletmenin kurumsal itibarına katkısının olup olmadığıyla ilgili olarak; işletmenin çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirmiş olduğu KSS faaliyetlerinin çalışanlar nezdinde işletmenin kurumsal itibarının oluşumunda pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucu elde edilmiştir.

Elde edilen bu sonuç Yalman ve Çonkar (2020: 400) tarafından işletme yöneticilerinin bakış açılarıyla işletmelerin çalışanlarına yönelik KSS faaliyetleriyle onlar nezdinde kurumsal itibarın oluşumu arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulgusuyla örtüşmektedir. Yine Karabey ve Battal (2020) tarafından Van ilinde bir özel hastanenin çalışanları üzerinde yapılan araştırmada elde edilen, çalışanlarda artan KSS algısının kurumun itibarına olumlu etki edeceği bulgusuyla benzeşmektedir. Bulgular Suaini vd. (2011)'nin, işletmelerin KSS stratejilerinin, öncelikle işgörenler olmak üzere bütün paydaşlar nezdinde kurumsal itibarı artırdığı sonucunu desteklemektedir.

Çalışmada elde edilen bulgular daha önce yapılmış olan bazı çalışmaların sonuçlarıyla benzerlikler göstermektedir. Hindistan'da bir otomobil şirketinin çalışanları üzerinde yürütülen deneysel bir çalışmada (Yadav vd., 2018) bir kuruluşun algılanan KSS'sinin çalışanlar arasında güven gelişimine yol açabileceği ve bunun da kuruluşun kurumsal itibarının oluşumuna katkı sağlayabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Baran ve Çelik (2017: 78) tarafından kimya/boya sektöründe gerçekleştirilen "çalışanların işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik algısı ile iş tatmini arasındaki ilişki" araştırmasından elde edilen pozitif yönlü ilişkiyle de benzeşmektedir.

Kore'de bir işletmenin çalışanları üzerine uygulanan ankette (Turban ve Greening, 1997), çalışanların işletmenin KSS yeteneklerini olumlu algıladıklarında, işletmenin KSS faaliyetlerini olumlu gördükleri, KSS faaliyetlerini olumlu algıladıkça, çalışanların işletmeye olan bağlılığının arttığı ve çalışanlar KSS faaliyetlerini olumlu algıladıklarında algılanan kurumsal performansın artacağı, algılanan kurumsal performansın ise çalışan bağlılığını arttıracığı sonucu elde edilmiştir.

Yapılan bazı çalışmalarda işletmelerin KSS performansı ile çalışan memnuniyeti (Coldwell vd., 2008) ve işletme çekiciliği (Albinger ve Freeman, 2000 ; Jones vd., 2010 ; Maheshwari ve Yadav, 2015) pozitif yönlü olarak ilişkilendirilmiştir. Başka bir çalışmada ise (Riordan vd., 1997) iyi bir KSS ile elde edilecek itibarın, aile ve arkadaşların yanı sıra dış gruplardan da olumlu tepkiler alarak dolaylı olarak iş memnuniyetine katkıda bulunabileceği ve çalışan değişim hızının düşmesine neden olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışma çalışanlara yönelik KSS faaliyetlerinin kurumsal itibar oluşturma düzeyi konusundaki araştırma boşluğunu doldurmak ve ilişkili çalışmalara katkı sağlamak amacıyla yürütülmüştür. Çalışma sadece Sivas ilinde,



mobilya ve hastane medikal ekipmanları imalatı yapan işletme ile sınırlıdır. Bu sebeple araştırma sonuçları, araştırma yapılan örneklem ile sınırlı olup evrenin tamamına genellenebilir nitelikte değildir. Gelecek araştırmalar farklı şehir, ülke, sektör ve ölçeklerdeki işletmelerde yürütüldüğü takdirde farklı sonuçlar elde edilebilecek ve evrene genelleme yapılabilecektir. Değişik bir zaman diliminde iş modellerindeki değişime bağlı olarak da farklı sonuçların elde edilebilecek olmasından dolayı araştırmanın benzer işletmelerde de tekrarlanması mümkündür.

Kaynakça / Reference

Albinger, H., & Freeman, S. (2000). Corporate Social Performance and Attractiveness as an Employer to Different Job Seeking Populations. *Journal of Business Ethics*, 28(3), 243-253.

Barauskaite, G., & Streimikiene, D. (2021). Corporate social responsibility and financial performance of companies: The puzzle of concepts, definitions and assessment methods. *Corp Soc Responsib Environ Manag.* 28: 278–287. <https://doi.org/10.1002/csr.2048>

Baran, M., & Çelik, Y. (2017). Çalışanların İşletmenin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Algısı ile İş Tatmini Arasındaki İlişki ve Kimya/ Boya Sektöründe Bir Araştırma. *İş'te Davranış Dergisi Journal of Behavior at Work* 2 (1), 63-79.

Brammer, S., & Millington, A. (2005) Corporate Reputation and Philanthropy—An Empirical Analysis. *Journal of Business Ethics*, 61, 29-44. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-005-7443-4>

Choi, Y., & Yu, Y. (2014). The influence of perceived corporate sustainability practices on employees and organizational performance. *Sustainability*, 6(1), 348–364. <https://doi.org/10.3390/su6010348>

Cismas, L. M., Miculescu, A., Negrut, L., Negrut, V., Otil, M. D., & Vadasan, I. (2019). Social capital, social responsibility, economic behavior and sustainable economic development—An analysis of Romania's situation. *Transformations in Business & Economics*, 18(2A (47A)), 605–627.

Coldwell, D. A., Billsberry, J., Meurs, N., & van, Marsh, P. J. G. (2008). The effects of person–organization ethical fit on employee attraction and retention: Towards a testable explanatory model. *Journal of Business Ethics*, 78(4), 611–622. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9371-y>

European Commission. (2001). Green paper: Promoting a European framework for corporate social responsibility. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. Retrieved from http://www.ec.europa.eu/employment_social/publications/2001/ke3701590_en.pdf



- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. *The Academy of Management Journal*, 33(2), 233-258. doi:10.2307/256324
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Gond, J. P., El, Akremi, A., Swaen, V., & Babu, N. (2017). The psychological microfoundations of corporate social responsibility: A person-centric systematic review. *Journal of Organizational Behavior*, 38(2), 225-246. <https://doi.org/10.1002/job.2170>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- <https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=37221> (Erişim tarihi: 5 Mayıs 2021).
- Jones, D. A., Willness, C. R., & Made, S. (2010). Why are job seekers attracted to socially responsible companies? Testing underlying mechanisms. *Academy of Management*, (1), 1-6. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2010.54501146>
- Karabey, C., & Battal, F. (2020). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal İtibar, Profesyonel Etik Standartlar ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkiler. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34 (2), 603-629. DOI: 10.16951/atauniiibd.682818
- Lai, C., Chiu, C., Yang, C., & Pai, D. (2010). The Effects of Corporate Social Responsibility on Brand Performance: The Mediating Effect of Industrial Brand Equity and Corporate Reputation. *Journal of Business Ethics*, 95(3), 457-469.
- Maheshwari, S., & Yadav, R. (2015). Is CSR a Hygiene Factor for Prospective Employees? An Indian Exploration. *Indian Journal of Industrial Relations*, 50(4), 601-612.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing research: An applied approach*. Pearson Education Limited.
- Park, J., Lee, H., & Kim, C. (2014). Corporate social responsibilities, consumer trust and corporate reputation: South Korean consumers' perspectives. *Journal of Business Research*, 67(3), 295-302.
- Porter, M.E. (1997), *Competitive Strategy, Measuring Business Excellence*, Vol. 1 No. 2, pp. 12-17. <https://doi.org/10.1108/eb025476>
- Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Bill, J.B. (1997). Corporate Image: Employee Reactions and Implications for Managing Corporate Social Performance. *Journal of Business Ethics* 16, 401-412. <https://doi.org/10.1023/A:1017989205184>



- Roberts, P., & Dowling, G. (2002). Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077-1093.
- Sanchez, J. L., & Sotorrio, L. L. (2007). The creation of value through corporate reputation. *Journal of Business Ethics*, 76, 335-346.
- Suaini, O., Faizah, D., & Roshayani, A. (2011). The Influence of Coercive Isomorphism on Corporate Social Responsibility Reporting and Reputation. *Social Responsibility Journal*, 7(1), 119-135.
- Sweeney, L. (2009). A Study of Current Practice of Corporate Social Responsibility (CSR) and an Examination of the Relationship between CSR and Financial Performance Using Structural Equation Modeling (SEM). *Doctoral Thesis*, Dublin Institute of Technology, Dublin.
- Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3205035> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3205035>
- Tavşancıl, E. (2014). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS İle Veri Analizi (5. Baskı)*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Turban, D., & Greening, D. (1997). Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees. *The Academy of Management Journal*, 40(3), 658-672. doi:10.2307/257057
- Van den Brink, D., Odekerken-Schröder, G., & Pauwels, P. (2006). The effect of strategic and tactical cause-related marketing on consumers' brand trust. *Journal of Consumer Marketing*, 23(1), 15-25.
- Walsh, G., & Wiedmann, KP. A. (2004). Conceptualization of Corporate Reputation in Germany: An Evaluation and Extension of the RQ. *Corp Reputation Rev* 6, 304-312. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540001>
- World Business Council for Sustainable Development. (2000). *Corporate social responsibility: Making good business sense*. Geneva, Switzerland: World Business Council for Sustainable Development.
- Yadav, R. S., Dash, S. S., Chakraborty, S., & Kumar, M. (2018). Perceived CSR and Corporate Reputation: The Mediating Role of Employee Trust. *The Journal for Decision Makers*, 43(3) 139-151. doi:10.1177/0256090918794823
- Yalman, Y., & Çonkar, K. (2020). Türkiye'de, İşletmelerin Çalışanlarına Yönelik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kurumsal İtibara Etkisi / Corporate Reputation The Effect Of Corporate Social Responsibility For Operations Employees Of Enterprises In Turkey. *Uluslararası Ekonomi İşletme ve Politika Dergisi*, 4 (2) , 393-408. DOI: 10.29216/ueip.783212
- Yin, R.K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*. 3rd Edition, Sage, Thousand Oaks.

