

Geleceğin Potansiyel Yönetici Adayları Olan İşletme Lisans Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Farkındalığı Üzerine Ampirik Bir Çalışma ^a

YASEMİN HANCIOĞLU ^b & İŞİL ÖZDEN ÇİTİR ^c

Geliş Tarihi: 14.05.2018 | Kabul Tarihi: 05.07.2018

Öz: Çalışmanın amacı, geleceğin yönetici adayları olan işletme bölümü öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) algı düzeyleri ve cinsiyet, yaş, sınıf, çalışma durumu ve kavram bilgisi gibi değişkenler açısından KSS algı düzeylerinde farklılık olup olmadığını incelemektir. Çalışma kapsamında 336 işletme lisans öğrencisine anket düzenlenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, üniversite öğrencilerinin KSS algı düzeyi skorlarının ortalamasının 3,38 olduğu görülmektedir. Öğrencilerin orta düzeyde KSS algı düzeyine sahip olduğu görülmektedir. KSS Algı düzeyleri, cinsiyet, yaş, sınıf, çalışma durumu, kavram bilgisi demografik değişkenleri açısından farklılıklar göstermektedir. Alt boyutlara bakıldığında, KSS ve karlılık, KSS ve kısa dönemli başarı boyutlarının cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterdiği, KSS ve uzun dönemli başarı alt boyutunun ise, sınıf değişkenine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal sosyal sorumluluk, KSS eğitimi, KSS algı düzeyi, üniversite öğrencileri.

^a Bu çalışma 03-05 Mayıs 2018 tarihlerinde düzenlenen Uluslararası Uygulamalı İşletme, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Sempozyumu'nda sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

^b Ordu Üniversitesi Ünye İİBF İşletme Bölümü
yaseminhan@hotmail.com

^c Ordu Üniversitesi Ünye İİBF İşletme Bölümü

The Impact of Organizational Attitudes and Behaviors on Job Performance

Abstract: The aim of this study is to determine the level of perception of corporate social responsibility (CSR) for Business Administration students who are prospective managers of the future and the differences between CSR perception levels in terms of variables such as gender, age, class, working status and conceptual knowledge. Within the scope of the study, 336 business license students were surveyed. According to the findings obtained as a result of the research, it is observed that the average of the CSR perception level scores of university students is 3.38. It is observed that the students have a moderate level of CSR perception. CSR Perception levels do not differ in terms of demographic variables such as gender, age, class, working status, conceptual knowledge. When the subscales were examined, it was determined that CSR and profitability, CSR and short-term success dimensions differ according to gender variable, CSR and long-term success sub-dimension differ according to the class variable.

Keywords: Corporate social responsibility, CSR education, CSR perception level, university students.

© Hancioğlu, Yasemin & Özden Çıtır, Işıl. "Geleceğin Potansiyel Yönetici Adayları Olan İşletme Lisans Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Farkındalığı Üzerine Ampirik Bir Çalışma." *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 15 (2018), 363-388.

Giriş

İşletmelerin temel fonksiyonu içinde bulunduğu toplumun beklentilerini karşılayabilmek ve kar elde etmektir. Günümüzde işletmelerin sadece kar odaklı çalışmaları yetmemekte “insan” faktörü ön plana çıkarak toplumsal hayatta sivil örgütlenmeler, iş dünyasında ise sosyal sorumluluk olarak kendini göstermektedir.

Bu bağlamda “sosyal sorumluluk, bir işletmenin ya da kurumun istekli bilinçli şekildeki faaliyetlerinin ve işletmenin ya da kurumun kaynaklarının kullanılmasıyla toplumun kazanımlarını geliştirmek için olan bir anlayıştır” (Drucker ve Lee (2005)’den aktaran Hotamışlı vd., 2010: 281). 1950’li yılların öncesinde sosyal sorumluluk işletme sahip veya yöneticilerinin sorumluluğudur şeklinde algılanmaktaydı (Özalp vd., 2008: 72). Büyük ölçekli işletmelerin sayısı küreselleşme olgusu ile birlikte artış göstermiş, bu artışın etkisiyle birlikte toplumsal ve çevresel sorunlar dikkate değer bir biçimde etki alanlarını genişletmiş bu genişleme beraberinde farklı ülkelerde birçok sektörde faaliyette bulunan işletmelerin sosyal sorumlu davranmaları için baskı ile karşılaşmalarına sebep olmuştur (Anbar vd., 2017: 120).

Modern anlamda kurumsal sosyal sorumluluğun başlangıcı olarak Howard Bowen’ın 1953 yılında kaleme aldığı “İş Adamının Sosyal Sorumlulukları” isimli kitabı temel alınabilir (Koçoğlu ve Aksoy, 2017: 2). Buradan hareketle Kurumsal Sosyal Sorumluluğun (KSS) çıkış noktasını ise, Adam Smith’in maksimum kar anlayışının, yerini topluma sorumlu davranılması anlayışına bırakmasının sonucudur şeklinde ifade etmek mümkündür (İlic, 2010: 305).

Kurumsal sosyal sorumluluğun gelecekteki başarısı, gelecek nesillerin tutumuna bağlıdır. Bir vatandaş, bir müşteri ya da bir yönetici olsun, onlar işletme ile toplum arasındaki ilişkileri etkileyecektir. Genellikle genç nesiller KSS açısından gelecek vaat eden, sosyal ve çevresel konularda daha açık düşünce-

ye sahip bireyler olarak düşünülmektedir (Sobczak vd., 2006). Çalışmada, geleceğin yönetici adayları olan işletme bölümü öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) algı düzeylerini belirlemek amaçlanmaktadır. Bununla birlikte, kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) algı düzeyleri ve cinsiyet, yaş, sınıf, çalışma durumu ve kavram bilgisi gibi değişkenler açısından KSS algı düzeylerinde farklılık olup olmadığı incelenecektir. Bu amaç çerçevesinde takip eden bölümlerde, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve lisans ya da yüksek lisans öğrencilerinin KSS algı düzeyini araştıran çalışmaları kapsayan ilgili literatürden bahsedilecektir. Ardından, araştırma tasarımı ve yöntemine değinilecektir. Son olarak, bulgular ve sonuç kısmı ile çalışma sonlandırılacaktır.

1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Açık ve önyargısız bir KSS tanımı yapılması çabalarına rağmen, KSS'nin nasıl tanımlanması gerektiği konusunda hala bazı karışıklıklar söz konusudur (Dahlsrud, 2006: 1). Kurumsal Sosyal Sorumluluk geçmişten bugüne farklı şekillerde açıklanmaya çalışılmış; ilaveten kavramın kurumsal vatandaşlık, sürdürülebilirlik, iş ahlakı, sosyal performans vb. birçok kavram ile benzerlik ve farklılıkları inceleme konusu yapılmıştır (Öksüz, 2014: 57).

KSS, işletmeler tarafından sadece ekonomik ve sosyal sorumlulukların ötesinde gönüllük esasına dayanan bir kavramdır (Piacentini vd., 2000). Başka bir tanıma göre ise de, KSS, özellikle "bir işletmenin faaliyetlerinin ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri ile ana paydaşların bu konudaki endişelerini ele almak için yapılan gönüllü eylemlerdir" şeklinde tanımlanmaktadır (Christensen vd., 2007: 351).

Bowen (1953: 6'dan aktaran Tencati vd., 2004: 175), işletme yöneticilerinin sosyal sorumlulukları için "toplumun hedefleri ve değerleri açısından arzu edilen doğrultuda hareket etmeleri ve bu değerlere uygun politikalar belirleme ve kararlar alma açısından yükümlülükleri ifade etmektedir" şeklinde bir tanım önermektedir.

Genel olarak, kurumsal sürdürülebilirlik ve KSS, işletme uygulamalarında sosyal ve çevresel kaygıları ve ekonomik paydaşlar ile etkileşimleri (tanım gereği gönüllü olarak) gösteren işletme faaliyetleri olarak adlandırılmaktadır (Van Marrewijk, 2003) şeklinde tanımlanabilir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı tanımlanırken merkezde yer alan bir ölçüt dikkat çekmektedir. Bu ölçüt “sosyal paydaş” kavramıdır. Bunun sebebi olarak; işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, ilişki içerisinde oldukları sosyal paydaşlara göre değişkenlik göstermesi ileri sürülebilir (Morçin, 2013: 72). “İşletmede çeşitli türlerde bir ve/veya daha fazla paya sahip birey ve gruba paydaş adı verilmektedir” (Carroll ve Buchholtz (2000)’den aktaran Özalp vd., 2008: 70).

Örgütler ilişki içerisinde oldukları paydaşlarına yönelik uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle dikkat çekici bir kurumsal itibarın yanı sıra, finansal performanslarında pozitif yönde bir ilerleme, faaliyet giderlerinde azalış ve marka değerlerinde artış elde etmektedirler (Özalp vd., 2008: 75).

Literatür incelendiğinde kurumsal sosyal sorumluluk kavramına yönelik farklı sınıflandırmalar yapılmakla beraber Carroll’ın yaptığı KSS Piramidi’nin daha fazla kabul gördüğü anlaşılmaktadır (Kerse ve Seçkin, 2017: 841). Carroll kurumsal sosyal sorumluluğu piramitte dört kategoride incelemiştir. Bunlar aşağıdan yukarıya; gönüllü, etik, yasal ve ekonomik sorumluluklardır. Bu sorumluluklar şu şekilde açıklanabilir (Demir ve Türkmen, 2016: 49):

Ekonomik Sorumluluklar: Tüketicilerin ihtiyaç hissettiği ve talep ettiği hizmetlerin ve/veya ürünlerin üretilmesi ve kabul edilebilir miktarda kar oranı elde edilmesini ifade etmektedir.

Yasal Sorumluluklar: İşletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken hukuki yükümlülüklerini yerine getirmesini ifade etmektedir.

Etik Sorumluluklar: Hissedarların, çalışanların, toplumun

ve tüketicilerin işletmelerden beklediği ve kanunlarda olmayan kuralları, standartları ve davranışları ifade eder.

Gönüllü Sorumluluklar: Kurumun toplum gözündeki pozitif algısını artıran dolayısıyla iyi bir vatandaş olarak değerlendirilebileceği uygulamalarını açıklamaktadır.

Bu tanımlamaların ortak noktasının örgütlerin ekonomik işlerine ilaveten sosyal yaşamda refah seviyesinin korunması ve yükseltilmesine katkı sağlamaları beklentisi olduğu görülmektedir (Altıntaş, 2017: 52).

Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk, Sermaye Piyasası Kurulu tarafından 2003 yılında hazırlanan ve 2005 yılında bugünkü durumuna getirilen “kurumsal yönetim ilkeleri” ile ilk kez Türk iş dünyasının yasal düzenlemeleri arasına girmiştir (Toker ve Tat, 2013: 39). Türkiye’nin giderek artan sayıda uluslararası anlaşmalar, kampanya ve etkinliklerin parçası olması ülkenin KSS ve ilgili konulardaki bilinç düzeyini arttırmada önemli bir etken olmuştur. 1996’da İstanbul’da gerçekleşen Habitat II Konferansı, önemli bir olanak yaratmıştır. Bu konferans, sürdürülebilir kalkınma ile ilişkili konuların Türkiye’de tartışılması için gereken ortamın yaratılmasında öncülük etmiştir (http://kssd.org/site/dl/uploads/CSR_Report_in_Turkish.pdf; 2008:7, e:31.01.2018).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği’nin 2008 yılında yayınladığı KSS Raporu’nda Türkiye’deki uygulamalara yönelik bir değerlendirme yapılmıştır. Bu değerlendirmeye göre öne çıkan hususlar şunlardır (Özdemir, 2017: 74).

- a. Örgütler KSS uygulamalarını farklı biçimlerde tanımlayıp yönetmektedir.
- b. KSS uygulamalarında sponsorluk faaliyetleri ile STK’lar aracılığıyla ortak yürütülen toplumsal projelere ağırlık verilmektedir.
- c. İlgili paydaşların katılımı sivil toplum kuruluşları ile kurulan çeşitli ortaklıklar ve ortak projelerle sınırlı kalmaktadır.

- d. Örgütler görece daha basit sosyal ve çevresel konulara yönelmektedir.
- e. Çok uluslu ve uluslararası şirketler ülkedeki KSS uygulamalarını olumlu yönde etkilemektedir.
- f. KSS daha çok itibar kazanmak ve pazarlama faaliyetlerinde kullanılabilir bir araç olarak algılanmaktadır.

Sonuç olarak denilebilir ki; toplumsal baskılar ve çevrenin beklentileri örgütleri daha sorumlu davranma konusunda yönlendirici olmaktadır. Böylece kurumsal sosyal sorumluluk, toplum refahını korumaya ve arttırmaya dair bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır (Bayraktar ve Güvenç, 2014: 42).

2. Literatür Taraması

Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmaları işletme literatüründeki araştırmalarda önemli bir yere sahiptir. Lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarını ölçmek için bazı ampirik araştırmalar yapılmıştır (Özalp vd., 2008; Arlow, 1991; Wong vd., 2010; Lamsa vd., 2008; Kraft, 1991; Kraft ve Singhapakdi, 1995; Borkowski ve Ugras, 1998; Bayraktar ve Güvenç, 2014; Hotamışlı vd., 2010; Morçin, 2013; Toker ve Tat,2013;Morkoç ve Erdönmez,2015; Anbar vd., 2017; Öksüz, 2014). Çoğu araştırma demografik faktörleri olası açıklayıcı değişkenler olarak incelemiştir. Öğrencilerin KSS algı düzeylerini belirlemeye çalışan literatürdeki önemli görülenler çalışmalar aşağıda belirtilmektedir.

Özalp ve diğerleri (2008) çalışmalarında iş dünyasında orta ve üst düzey yönetici olarak yer alabilecek İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin sosyal sorumluluğu algılama düzeylerinin gelecekte iş dünyasının etik pozisyonunun belirleyici unsurlarından en önemlisi olduğunu vurgulamışlardır. Öğrencilerin sosyal sorumluluğun önemini algılamalarının cinsiyet ve farklı bölümlerde eğitim alma değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla yapılan analiz sonucunda, kız öğrencilerin algılama düzeylerinin erkek öğrencilerden daha fazla olduğu, işletme bölümü öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarının diğer bölümlerdeki öğrenci-

lere göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Arlow (1991) çalışmasında hem iş etiği hem de sosyal sorumluluk ölçütlerini kullanarak işletme öğrencilerinin kişisel özelliklerini ve etik değerlerini daha ayrıntılı olarak incelemeyi amaçlamıştır. 138 üniversite öğrencisi ile yapılan araştırma, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre etik ve sosyal açıdan daha fazla sorumlu olduğunu, yaş değişkeninin öğrenciler arasında beş etik oryantasyondan Machiavellian oryantasyonda en önemli rolü oynadığı ve daha genç öğrencilerin ona daha fazla önem verdiğini, işletme bölümü öğrencilerinin, bu bölüm dışındaki öğrenciler kadar etik olduğunu, lisans eğitiminin iş etiğinden kurumsal sosyal sorumluluk alanında daha fazla etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Sonuçlar, öğrencilerin özelliklerine göre iş etiği öğretimine daha fazla odaklanması ihtiyacını göstermektedir.

Kraft (1991) çalışmasında örgütsel etkililiğin belirlenmesinde sosyal sorumluluk kriterlerinin görece önemini araştırmıştır. 151 lisans öğrencisinden yönetici, yatırımcı, çalışan perspektifi ile örgütsel etkililik listesindeki kriterlerin önemini değerlendirmeleri istenmiştir. Üç perspektif açısından da değerlendirildiğinde örgütsel etkililiğin belirleyicilerinden en az önemli olanları arasında sosyal sorumluluk kriteri yer almaktadır.

Kraft ve Singhapakdi'nin (1995) çalışması, öğrenci örneklemelerini kullanarak örgütsel etkililiği belirlemede sosyal sorumluluk kriterlerinin görece önemini araştırdıkları ikinci çalışmadır. 182 lisans ve yüksek lisans öğrencisine, örgütsel etkililik listesinin gözden geçirilmiş hali anket şeklinde dağıtılarak, ölçütlerin önemini bir yönetici perspektifinden değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlar, öğrencilerin, bireysel ve toplu olarak, örgütsel etkililiğin potansiyel belirleyici faktörleri arasında en az önem taşıyan kriterler arasında sosyal sorumluluk kriterini değerlendirdiğini ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, birinci çalışmadaki (Kraft, 1991) bulguları desteklemektedir.

Borkowski ve Ugras'ın (1998) çalışmasında 1985-1994 yılları arasındaki ampirik çalışmalar üzerine yapılan analizde cinsi-

yet, yaş ve eğitim gördükleri bölümlerin işletme öğrencilerinin etik tutum ve davranışları ile ilişkisi incelenmektedir. Sonuçlar, kız öğrencilerin erkeklerden daha güçlü etik tutum sergilediğini göstermektedir. Benzer durum genç öğrencilere karşın yaş daha büyük öğrenciler içinde geçerlidir. Bununla birlikte, etik tutum ve davranışlar ile bölümler arasındaki ilişkinin yorumlanmasının halen zor olduğu belirtilmektedir.

Elias (2004) çalışmasında yüksek profilli kurumsal iflasların KSS algısı üzerindeki etkisini incelemektedir. Çalışmada lisans ve lisansüstü öğrenciler yüksek profilli iflas öncesi ve sonrasında, kurumsal sosyal sorumluluğun karlılık, uzun vadeli başarı ve kısa vadeli başarı üzerindeki önemini değerlendirmişlerdir. Sonuçlar, genel olarak öğrencilerin işletmelerin karlılık ve uzun dönemli başarısı için KSS'nin daha önemli olduğu ve şirket skandallarının medyada yer almasından sonra kısa vadeli başarı için daha az önemli olduğunu belirtmesi yönündedir. Bu algıda cinsiyet, yaş gibi birçok demografik faktör rol oynamıştır. Bulguların, özellikle KSS ile ilişkili olduğu için işletme eğitiminde önemli etkilere sahip olduğu belirtilmiştir.

Lamsa vd. (2008) çalışmalarında, işletme öğrencileri iyi bir işletmeyi nasıl tanımlar, toplumda işletme sorumluluklarına ilişkin tutumları nelerdir, kız öğrencilerin davranışları erkeklerden farklı mıdır, işletme eğitiminin bu tutumlara etkisi nedir sorularına cevap aramışlardır. Finlandiya'da iki üniversitede 217 işletme yüksek lisans öğrencisine anket dağıtılarak yapılan araştırma sonucunda, bir bütün olarak, öğrencilerin hissedar (shareholder) modelinden daha fazla, paydaş (stakeholder) modeline değer verdiği, cinsiyete göre farklı davranışların görüldüğü (kız öğrenciler kurumsal etik, çevresel ve toplumsal sorumluluklara erkek öğrencilerden daha fazla önem vermektedir), işletme eğitiminin öğrencilerin tutumlarını iki şekilde biçimlendirdiği (hissedar modelinin değerini arttırmıştır, fırsat eşitliği istihdamının önemini azaltmıştır) ortaya konmuştur.

Hotamışlı ve diğerleri (2010) çalışmalarında İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Eğitim Fakültesi öğrencilerinin ku-

rumsal sosyal sorumluluk algılamalarını etkileyen faktörlerden hangilerine daha çok önem verdiklerini tespit etmeye çalışmışlardır. Araştırmanın sonunda özellikle iş tecrübesi değişkenine göre tam zamanlı işte çalışanların daha yüksek düzeyde sorumluluk puanları aldığı ortaya çıkmıştır. Cinsiyet ve aktif olarak kulüplerde yer görev alma değişkenine göre ise hem İİBF hem de EF'leri arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Wong ve diğerleri (2010) çalışmalarında Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Hindistan'daki işletme öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarındaki farklılıkları değerlendirmeyi amaçlamışlardır. 317 işletme yüksek lisans öğrencisine anket uygulanarak yapılan analiz sonucunda Amerikalı ve Hintli öğrencilerin, sosyal sorumluluğun ekonomik olmayan yönlerine Çinli öğrencilerden daha fazla önem verdikleri, Hintli öğrencilerin hayırseverliğe daha fazla önem verdiği, buna karşın Amerikalı öğrencilerin yasal zorunlulukları vurguladığı, işletme hedeflerinin seçiminde üç ulusal grup arasında genellikle çok az fark olduğu tespit edilmiştir.

Morçin (2013) çalışmasında kurumların sosyal sorumluluklarını yerine getirirken paydaşlarının ve hedef kitlelerinin de kurumsal sosyal sorumluluğun ne olması gerektiği konusunda ki tutumlarını dikkate almaları faaliyetlerin başarısını artırıcı bir unsur olarak görülmektedir demiştir. Çalışmasında akademik, idari ve yardımcı personel ile öğrencileri incelemiştir. Analiz sonuçlarına göre, katılımcıların en önemli kurumsal sosyal sorumluluk niteliği olarak “ kurumlar dürüst olmalıdır” ifadesini belirttiklerini, en az önemli nitelik olarak ise “ kurumsal sosyal sorumluluk fayda oluşturmalıdır” ifadesini değerlendirdikleri sonucuna varılmıştır.

Toker ve Tat (2013) çalışmalarında Türk Yükseköğretimi'ndeki öğrencilerin sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarına ilişkin bilgi düzeyleri ve algıları ile sosyal sorumluluk derslerinin kavramsal bilgi ve bilinç düzeylerine etkisini ele almışlardır. Analiz iki kamu iki devlet üniversitesinden öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Analiz sonu-

cunda Türkiye’de yükseköğretimde verilen kurumsal sosyal sorumluluk derslerinin KSS konusunda bilgi ve algı düzeyini yüksek oranda artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bayraktar ve Güvenç (2014) çalışmalarında gelecekte işletmelerin birçok iş kolunda çalışacak olan meslek yüksekokulu öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algısının ne düzeyde olduğunu ölçmeyi amaçlamışlardır. Sonuçta, öğrencilerin KSS algıları yüksek çıkmıştır. Cinsiyetin KSS algılaması üzerine etkisi olmadığı saptanmıştır.

Öksüz (2014) çalışmasında halkla ilişkiler eğitimi gören öğrencilerin halkla ilişkiler ile kurumsal sosyal sorumluluk kavramları arasındaki ilişkiye dair görüşlerini ortaya koymaya çalışmıştır. Halkla ilişkiler öğrencilerinin konu hakkındaki görüşlerini ortaya koyabilmek amacıyla iki üniversitenin halkla ilişkiler bölümü öğrencileri ile görüşmeler yapmıştır. Görüşmeler sonucunda katılımcı öğrencilerin halkla ilişkileri, KSS projelerinin ayrılmaz bir parçası olarak görürken; KSS’yi ise halkla ilişkiler uygulamacılarının önemli bir görevi olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. İlâveten katılımcıların KSS çalışmalarını itibar/imağ yönetimi, reklam ve tanıtım amacıyla gerçekleştirildiğini düşünmeleri sebebiyle hem işletmeleri hem de halkla ilişkiler uygulamacılarını eleştirdikleri görülmüştür.

Morkoç ve Erdönmez (2014) çalışmalarında önlisans eğitimi alan öğrencilerin sosyal sorumluluk ile ilgili olarak eğitim almadıklarını ve bu alanda bir boşluk olduğunu belirtmişlerdir. Aynı zamanda birer tüketici olan öğrencilerin sosyal sorumluluk kampanyaları hakkında ki tutum ve algıları konusunda yapılan çalışmaların yetersiz olduğu belirlenmiştir. Analiz sonucunda çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal sorumluluk kampanyalarına yönelik olumlu tutumları olduğu fakat yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Alson-Almedia ve diğerlerinin (2015) yaptıkları çalışmada, işletme lisans öğrencilerinin KSS algısı incelenmiştir. Geleceğin yöneticileri olarak görülen 535 İspanyol işletme lisans öğrencisine anket uygulanarak yapılan analiz sonuçları incelendiğinde,

işletme başarısı için kilit noktaların neler olduğunu düşünen öğrenciler için paydaşların bakış açısının önemli olduğu, demografik değişkenler açısından algılamada anlamlı farklılıkların tespit edildiği, kız öğrencilerin KSS konuları ile daha fazla ilgilendiği, hissedarlar için değer maksimizasyonunun birinci sınıf öğrencilerine göre ikinci ve üçüncü sınıf öğrencileri için daha az değerli olduğu görülmektedir.

Anbar ve diğerleri (2017) çalışmalarında İİBF öğrencilerinin KSS algı düzeyleri ile yaş, cinsiyet, bölüm, sınıf ve iş deneyimi gibi demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın bulgularında öğrencilerin KSS algı düzeylerinin yüksek olduğu ve öğrencilerin yasal sorumlulukları en önemli KSS boyutu olarak algıladıkları görülmüştür. Genel olarak, sadece yaş değişkeni ile öğrencilerin KSS algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunurken, diğer demografik değişkenler ile KSS algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

3. Araştırma Tasarımı ve Yöntemi

Çalışmanın evrenini, Ordu Üniversitesi Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim alan geleceğin yöneticileri, pazarlamacıları ve muhasebecileri olan işletme bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmada, öğrencilerin KSS algılamalarını belirlemek için örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veriler anket yöntemiyle elde edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi benimsenerek öğrencilere 2017-2018 güz döneminde Aralık ayında ders saatleri içerisinde 380 anket formu dağıtılmış ve bunlardan %88'i için geri dönüş sağlanmış ve araştırmada kullanılan nihai örneklem 336 kişiden oluşmuştur. Anket formu, öğrencilerin demografik özelliklerini ve KSS algı düzeylerini belirlemek amacıyla iki gruptan oluşmaktadır.

KSS algı düzeyini belirlemek amacıyla Singhapakdi vd. (1996) tarafından geliştirilen ve daha sonra Elias (2004) tarafından uyarlanan Etik ve Sosyal Sorumluluğun Algılanan Rolü ölçeğinden yararlanılmıştır. Etik ve Sosyal Sorumluluğun Algılanan Rolü ölçeği, "tamamen katılmıyorum" ve "tamamen katı-

lıyorum” aralığında 9’lu likert ölçeğine sahip 13 ifadeden oluşmaktadır. Çalışmada ise “kesinlikle katılmıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” aralığında 5’li likert ölçeğinden yararlanılmıştır. Daha önceki çalışmalarda kullanılmış geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş olan bu ölçek için çalışma kapsamında da geçerliliği test etmek amacıyla ölçek maddelerinin anlaşılır olup olmadığını belirlemek amacıyla öğrencilere pilot uygulama yapılmıştır. 13 ifadeye ait Cronbach Alfa katsayısı 0,749 bulunmuştur. Alfa katsayısına bakıldığında ($0,60 \leq \alpha \leq 0,80$) ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir (Kayış., 2016: 405).

Üniversite öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algı düzeylerinin cinsiyet, yaş, sınıf, çalışma durumu ve kavram bilgisi değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla öncelikle hangi analiz yöntemlerinin seçilmesi gerektiğine karar verebilmek için veri setinin parametrik mi, non-parametrik mi olduğuna karar verilmiştir. Veri setinin varyansları ve basıklık, çarpıklık değerleri incelenmiştir. Parametrik hipotez testlerinin uygulanabilmesi için, veriler aralıklı ya da oransal olmalıdır. Veriler normal dağılıma uymalıdır (basıklık ve çarpıklık değerleri -1 ve +1 arasında olmalıdır). Grup varyansları (varyanslar birbirinin dört katı kadar farklı olabilir) eşit olmalıdır (Ak.,2006: 73). Veri setinin geneline bakıldığında verilerin parametrik olduğu görülmektedir.

Toplanan veriler SPSS 18.0 istatistik paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin KSS algı düzeyinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterme durumu; iki değişkenli demografik özelliklerde bağımsız t-testi, ikiden fazla değişkenli demografik özelliklerde One-Way ANOVA ile analiz edilmiştir. ANOVA analizi sonucunda istatistiksel bir farklılık bulunduğunda bunun hangi gruplardan kaynaklandığı (Tukey) Post Hoc testleriyle belirlenmiştir.

4. Bulgular

4.1. Tanımlayıcı Bulgular

Araştırmaya katılanların cinsiyet dağılımına bakıldığında

%53,9'unun kadın, %46,1'inin erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların yaşlarına bakıldığında %1,8'i 19 yaşından küçük, %79,5'i 19-22 yaş aralığında, %18,8'i 22 yaşından büyüktür. Sınıf dağılımına bakıldığında ise 1. sınıf %6,8, 2.sınıf %27,4, 3. sınıf %30,4, 4.sınıf %32,7, 5. sınıf ve üzeri ise %2,7 olarak tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılanların çalışma durumuna bakıldığında ise ilk sırada %89,6 ile öğrencilerin çalışmadığı görülmektedir. Bu oran, fakülteadaki eğitimin örgün öğretim olmasından dolayı şaşırtıcı değildir. Bunu %9,2 ile yarı zamanlı çalışma, %1,2 ile tam zamanlı çalışma takip etmektedir. Tanımlayıcı istatistiklerden bir diğeri olan kavram bilgisine bakıldığında ise araştırmaya katılanların %71,7'si KSS kavramını daha önce duyduğunu ama ayrıntılı bilgileri olmadığını, %13,4'ü daha önce bölüm derslerinde incelendiğini, %13,1', daha önce KSS kavramını duymadığını, %1,8'i KSS ile ilgili ders aldığını belirtmiştir. Tanımlayıcı istatistiklerin özeti Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Gruplar	Frekans (f)	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	181	53,9
	Erkek	155	46,1
Yaş	19 yaşından küçük	6	1,8
	19-22	267	79,5
	22 yaşından büyük	63	18,8
Sınıf	1.Sınıf	23	6,8
	2.Sınıf	92	27,4
	3.Sınıf	102	30,4
	4.Sınıf	110	32,7
	5 ve üzeri	9	2,7
Çalışma Durumu	Çalışmıyor	301	89,6
	Yarı zamanlı çalışıyor	31	9,2
	Tam zamanlı çalışıyor	4	1,2
Kavram Bilgisi	Daha önce duymadım	44	13,1

	Duydum ama ayrıntılı bilgim	241	71,7
	Bölüm derslerinde incelendi	45	13,4
	Bu konu ile ilgili ders aldım	6	1,8

4.2. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri

Araştırmaya katılanların KSS algı düzeylerini tespit etmek için kullanılan değişkenlerin örneklemimiz için nasıl bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymak ve yapı geçerliğini test etmek için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analize ilişkin KMO ve Bartlett's testi, faktör analizi ve Cronbach's Alpha sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2 incelendiğinde Ölçeğin KMO değerinin 0,779 bulunduğu görülmektedir. Bu değer 0,70 ve 0,80 arasında olması iyi olarak ifade edilmektedir. Ayrıca Bartlett testinin anlamlı çıkması veri setinin faktör analizi için uygunluğuna işaret etmektedir (Hair vd., 1998, 374). Bu kapsamda gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda Etik ve Sosyal Sorumluluğun Algılanan Rolü ölçeğinin öz değerleri 1'den büyük olan 4 faktör altında toplandığı görülmektedir. Faktör analizinde her bir faktör en az iki ifadeden oluşmaktadır. Bu nedenle tek ifadeden oluşan faktörler bulunduğu bu faktörü oluşturan ifade analizden çıkarılarak faktör analizinin yeniden yapılması gerekmektedir (Sipahi vd., 2010:84-85). 4 faktörü oluşturan 2. ifade (Sosyal sorumluluk ve karlılık uyumlu olabilir) ölçekten çıkarılarak faktör analizi tekrar edilmiştir. Bu analiz sonucunda ölçeğin üç faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörler, sosyal sorumluluk ve karlılık, sosyal sorumluluk ve uzun dönemli başarı, sosyal sorumluluk ve kısa dönemli başarıdır. Ölçeğin açıkladığı toplam varyans oranı ise yaklaşık %49,57 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2: Ölçeğin Faktör Yükleri

KSS Algısı Faktör ve İfadeler	Faktör	Özdeğer	Açıklanan
Faktör 1- Sosyal Sorumluluk ve Karlılık		2,969	24,969
Küresel bir ortamda rekabetçi kalabilmek	,573		
İyi etik genellikle işlerin iyi gittiği anlamına	,821		
Bir işletmenin yaşamını sürdürmesi tehlike-	,715		
Faktör 2- Sosyal Sorumluluk ve Uzun Dönemli Başarı		1,938	16,152
Bir işletmenin yapabileceği en önemli şey	,755		
Bir işletmenin ilk önceliği çalışanların ahlak-	,672		
Bir işletmenin etik ve sosyal sorumluluğu,	,697		
Bir işletmenin etkililiği, etik ve sosyal so-	,693		
İş etiği ve sosyal sorumluluğu, bir işletme-	,766		
İşletme kar sağlamanın ötesinde sosyal	,534		
Faktör 3- Sosyal Sorumluluk ve Kısa Dönemli Başarı		1,041	8,677
Bir işletmenin en önemli kaygısı, kuralları	,752		
Verimlilik bir işletme için etik veya sosyal	,750		
Eğer hissedarlar mutsuzsa, başka bir şey	,556		
Girişimcilik Ölçeği (Genel)			49,572
KMO :	,779		

Ölçeğin geneline ilişkin güvenilirlik değerini veren Cronbach's Alpha değeri 0,749 bulunmuştur. Ölçeğin alt boyutlarını için ise Cronbach's Alpha değeri sosyal sorumluluk ve karlılık alt boyutu 0,630; sosyal sorumluluk ve uzun dönemli başarı 0,773; sosyal sorumluluk ve kısa dönemli başarı 0,698'dir. Alfa katsayına bakıldığında ($0,60 \leq \alpha \leq 0,80$)ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir (Kayış., 2016: 405). Yapılan diğer çalışmalarda ölçeğin alt boyutlarının güvenilirlik katsayılarının $\alpha = 0,57$ ile $\alpha = 0,80$ arasında değiştiği görülmektedir (Singhapakdi vd., 1996; Elias, 2004)

4.3. Verilerin Analizi

Araştırmaya katılan öğrencilerin KSS Algı düzeyi skorları Tablo 3'te görülmektedir. Tablo 2'ye bakıldığında üniversite

öğrencilerinin KSS algı düzeyi skorlarının ortalamasının 3,38 olduğu görülmektedir. Etik ve Sosyal Sorumluluğun Algılanan Rolü ölçeğini oluşturan alt boyutlardan KSS ve karlılık alt boyutunun ortalaması 3,03, KSS ve uzun dönemli başarı alt boyutunun ortalaması 4,66, KSS ve kısa dönemli alt boyutun ise 2,82 olduğu görülmektedir. Öğrencilerin orta düzeyde KSS algı düzeyine sahip olduğu görülmektedir. İş dünyası için, geleceğin yönetici adayı olarak değerlendirilen öğrencilerin orta düzeydeki KSS algı düzeyinin umut vericidir, ama yeterli düzeyde değildir. KSS algı düzeyinin orta düzeyde çıkmasının nedeni olarak, Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde bu kavram ile ilgili bir seçmeli ya da zorunlu dersin olmaması ile birlikte ankete verilen cevaplar değerlendirildiğinde bölüm derslerinde de bu konu ile ilgili yeterli bilgi verilmemesidir.

Tablo 3. KSS Algı Düzeyi Eğilim Skorları

	N	Ortalama	S.Sapma	Minimum	Maksimum
KSS Algı Düzeyi	336	3,38	,4650	1,31	4,77
KSS ve Karlılık	336	3,03	,6425	1,00	5,00
KSS ve Uzun Dö-	336	4,66	,8101	1,20	5,00
KSS ve Kısa Dö-	336	2,82	,8631	1,00	5,00

Araştırmaya katılanların KSS algı düzeylerinin ilgili değişkenlere göre değişiklik gösterip göstermediğine ilişkin test sonuçları Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4: KSS Algı Düzeyine İlişkin Analiz Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sap-	t	p
KSS Algı Düzeyi	Kadın	181	3,36	,4440	- 1,967	,357
	Erkek	155	3,39	,4901		
	Yaş	N	Ort.	Std. Sap-	t	p
	19-22	267	3,38	,4670	0,792	,767
	22 yaşından büyük	63	3,33	,4486		
	Sınıf	N	Ort.	Std. Sap-	F	p
	2.Sınıf	92	3,39	,5236	,589	,671
	3.Sınıf	102	3,42	,3266		

	4.Sınıf	110	3,34	,4913		
	Çalışma Durumu	N	Ort	Std. Sap-	t	p
	Çalışmıyor	301	3,36	,4687	-	,367
	Yarı zamanlı çalışıyor	31	3,51	,4364	1,615	
	Kavram Bilgisi	N	Ort	Std. Sap-	F	p
	Daha önce duymadım	44	3,32	,5673	,379	,768
	Duydum ama ayrıntılı	241	3,37	,4394		
	Bölüm derslerinde	45	3,42	,5013		

Tablo 4 incelendiğinde yönetici adayları işletme lisans öğrencilerinin KSS algı düzeylerinin cinsiyet, yaş ve çalışma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan t-testi sonuçlarına göre ($p > 0,05$) anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Sınıf ve kavram bilgisi değişkenlerinin KSS algı düzeyinde bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemek amacıyla yapılan Anova testleri sonucunda ise, bu değişkenlerin KSS algı düzeyinde bir farklılık yaratmadığı ($p > 0,05$) sonucuna ulaşılmıştır. Demografik değişkenlere göre KSS algı düzeyinde farklılık olmamasının nedeni olarak, işletme bölümü lisans öğrencilerinin %85'inin KSS kavramını daha önce duymadığını ya da kavramı duyduğu ama ayrıntılı bilgisi olmadığını söylemesi gösterilebilir. Bunun sebebinin Ünye İİBF işletme bölümü lisans programında KSS kavramını içeren ya da bu isimde bir dersin olmaması olduğu düşünülmektedir.

Tablo 5: KSS ve Karlılık Alt Boyutuna İlişkin Analiz Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sap-	t	p
KSS ve Karlılık	Kadın	181	2,73	,6808	-	,010
	Erkek	155	2,91	,8502	2,204	
	Yaş	N	Ort.	Std. Sap-	t	p
	19-22	267	2,81	,7407	,750	,290
	22 yaşından büyük	63	2,73	,8464		
	Sınıf	N	Ort.	Std. Sap-	F	p
	2.Sınıf	92	2,93	,6897	1,196	,312
	3.Sınıf	102	2,77	,7082		

	4.Sınıf	110	2,75	,8389		
	Çalışma Durumu	N	Ort	Std. Sap-	t	P
	Çalışmıyor	301	2,82	,7723	-,660	,331
	Yarı zamanlı çalışıyor	31	2,83	,7397		
	Kavram Bilgisi	N	Ort	Std. Sap-	F	P
	Daha önce duymadım	44	2,75	,7405	,284	,837
	Duydum ama ayrıntılı	241	2,83	,7746		
	Bölüm derslerinde	45	2,75	,8053		

Tablo 5 incelendiğinde işletme lisans öğrencilerinin KSS ve karlılık alt boyutunun cinsiyet, yaş, çalışma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan t-testi sonuçlarına göre, yaş ve çalışma durumu değişkenine göre ($p>0,05$) anlamlı bir farklılık olmadığı, cinsiyet değişkenine göre ($p<0,05$) ise anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Erkek öğrenciler ($x=2,91$) KSS ve karlılık arasında bağlantı kurma konusunda kız öğrencilere ($x=2,73$) göre daha yüksek bir algıya sahiptirler. Bunun sebebi olarak erkek öğrencilerin okurken çalışması dolayısıyla iş dünyasına daha adapte olmaları düşünülebileceği gibi okudukları bölümün benzer ders ve konularına ilgilerinin daha yüksek olduğu varsayılabilir. Anova testleri sonucunda ise, sınıf ve kavram bilgisi değişkenlerinin KSS ve karlılık alt boyutunda bir farklılık yaratmadığı ($p>0,05$) sonucuna ulaşmıştır.

Tablo 6: KSS ve Uzun Dönemli Başarı Alt Boyutuna İlişkin Analiz Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sap-	t	p
KSS ve Uzun Dönemli Başarı	Kadın	181	4,72	,7896	1,595	,365
	Erkek	155	4,58	,8295		
	Yaş	N	Ort.	Std. Sap-	t	p
	19-22	267	4,68	,8031	,680	,817
	22 yaşından büyük	63	4,60	,7906		
	Sınıf	N	Ort.	Std. Sap-	F	p
	2.Sınıf	92	4,63	,9141	2,123	,048
	3.Sınıf	102	4,82	6272		

	4.Sınıf	110	4,60	7949		
	Çalışma Durumu	N	Ort	Std. Sap-	t	P
	Çalışmıyor	301	4,65	,8154	-,847	,975
	Yarı zamanlı çalışıyor	31	4,78	,7630		
	Kavram Bilgisi	N	Ort	Std. Sap-	F	P
	Daha önce duymadım	44	4,56	,9596	,764	,515
	Duydum ama ayrıntılı	241	4,65	,7459		
	Bölüm derslerinde	45	4,81	9330		

Tablo 6 incelendiğinde işletme lisans öğrencilerinin KSS ve uzun dönemli başarı alt boyutunun cinsiyet, yaş, çalışma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan t-testi sonuçlarına göre ($p>0,05$) anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Sınıf ve kavram bilgisi değişkenlerinin KSS ve uzun dönemli başarı alt boyutunda bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemek amacıyla yapılan Anova testleri sonucunda, kavram bilgisi değişkenine göre ($p>0,05$) anlamlı bir farklılık olmadığı, sınıf değişkenine göre ($p<0,05$) ise anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7: KSS ve Kısa Dönemli Başarı Alt Boyutuna İlişkin Analiz Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sap-	t	p
KSS ve Kısa Dönemli Başarı	Kadın	181	2,75	,7998	-	,046
	Erkek	155	2,90	,9272	1,607	
	Yaş	N	Ort.	Std. Sap-	t	p
	19-22	267	2,82	,8673	-,156	,565
	22 yaşından büyük	63	2,84	,8631		
	Sınıf	N	Ort.	Std. Sap-	F	p
	2.Sınıf	92	2,89	,8616	,979	,419
	3.Sınıf	102	2,69	,7997		
	4.Sınıf	110	2,84	,8981		
	Çalışma Durumu	N	Ort	Std. Sap-	t	p
	Çalışmıyor	301	2,79	,8681	-	,534
	Yarı zamanlı çalışıyor	31	3,11	,8086	1,926	

	Kavram Bilgisi	N	Ort	Std. Sap-	F	p
	Daha önce duymadım	44	2,83	,8993	,139	,936
	Duydum ama ayrıntılı	241	2,82	,8546		
	Bölüm derslerinde	45	2,80	,9225		

Tablo 7 incelendiğinde işletme lisans öğrencilerinin KSS ve kısa dönemli başarı alt boyutunun cinsiyet, yaş, çalışma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan t-testi sonuçlarına göre, yaş ve çalışma durumu değişkenine göre ($p>0,05$) anlamlı bir farklılık olmadığı, cinsiyet değişkenine göre ($p<0,05$) ise anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Erkek öğrenciler ($x=2,90$) KSS ve kısa dönemli başarı arasında bağlantı kurma konusunda kız öğrencilere ($x=2,75$) göre daha yüksek bir algıya sahiplerdir. Sınıf ve kavram bilgisi değişkenlerinin KSS ve kısa dönemli başarı alt boyutunda bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemek amacıyla yapılan Anova testleri sonucunda, ($p>0,05$) anlamlı bir farklılık olmadığı bulunmuştur.

Sonuç

Küreselleşme ve değişen rekabet anlayışının etkileriyle işletmelerin ön plana çıkmada KSS kavramını bir araç olarak değerlendirdiği söylenebilir. Artan sosyal sorumluluk bilinci ve değişen tüketici talepleri işletmeleri sadece geleneksel kar odaklı bakış açısından "insan" faktörünü ön plana çıkararak sosyal sorumluluk faaliyetlerine yöneltmiştir. Hangi alanda faaliyet gösterirse gösterebilir, işletmelerin görevlerini tam anlamıyla yerine getirmeleri sorumluluklarını bilmelerine bağlıdır. Bu durumda sosyal sorumluluk algısı yüksek bireylerin iş dünyasında yer almalarının önemi yadsınamaz bir gerçektir. İşletme yöneticilerinin sosyal sorumluluk algısının yüksek olması çalışanlara yansıtacak ve yerine getirilen bütün faaliyetlerde sosyal sorumluluk vurgusunun ön plana çıkmasını sağlayacaktır.

Yapılan analizler sonucunda, Ünye İİBF işletme lisans öğrencilerinin KSS algı düzeylerinin cinsiyet, yaş, sınıf, çalışma durumu ve kavram bilgisi değişkenlerine göre farklılık göster-

mediği tespit edilmiştir. Alt boyutlara bakıldığında, KSS ve karlılık, KSS ve kısa dönemli başarı boyutlarında cinsiyet değişkenine göre farklılık olduğu, KSS ve uzun dönemli başarı alt boyutunda ise, sınıf değişkenine göre farklılık olduğu görülmektedir.

Türkiye’de gerek özel sektöre gerekse kamuya istihdam yaratan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Sayının artmasıyla birlikte, fakülteler öğrencilerinin iş dünyasında daha fazla yer alabilmesi için rekabet halindedirler. İİBF öğrencilerinin eğitimlerinde 21. yüzyıl iş dünyasının popüler kavramlarından olan KSS hakkında geniş ve kapsamlı derslerin olması da bu rekabete katkı sağlayacaktır. Çalışmanın yapıldığı Ünye İİBF işletme bölümü özelinde KSS kavramı ile ilgili bir dersin olmadığı, anket sonuçlarında da anlaşılmaktadır. İlgili kavramın araştırmanın yapıldığı fakültenin işletme bölümü ders programına bir an önce eklenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Araştırma bulgularının yalnızca Ünye İİBF İşletme bölümü için genellenebilir özellik taşıması araştırmanın en önemli kısıtıdır. Bu kısıt ortadan kaldırılarak çalışmanın Ünye İİBF’deki diğer bölümler olan İktisat, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri ve Kamu Yönetimi öğrencileri üzerinde yapılması daha genelleştirilebilir sonuçlar vermesi açısından önemlidir. Benzer şekilde diğer üniversitelerin İİBF’leri de çalışmaya dahi edilerek bu açıdan farklılık olup olmadığına bakılabilir.

Kaynaklar

- Ak, B. (2006). *Parametrik Hipotez Testleri*. Ş.Kalaycı (ed.) SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Isparta: Asil Yayın Dağıtım.
- Alonso-Almedia, M.d.M.,Navarrete, F.C.F.d., Rodriguez-Pomeda, J. (2015). CorporateSocialResponsibilityPerception in Business Students as FutureManagers: A Multifactorial Analysis, *Business Ethics: A EuropeanReview*, 24(1), 1-17.
- Altıntaş Çınar, F. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamala-

- rındaki Temel Vurgulara İlişkin Nitel Bir Analiz. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 13(1),47-58.
- Anbar, A., Anbar, D., Çorak, S. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının Ölçülmesi: Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 119-139.
- Arlow, P. (1991). Personel Characteristics in College Students' Evaluations of Business Ethics and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 10, 63-69.
- Bayraktar, T ve Güvenç, D. (2014). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısını Belirleme Üzerine Bir Araştırma: Kandıra Meslek Yüksekokulu Örneği. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 5(2), 40-50.
- Borkowski, S.C., Ugras, Y.J. (1998). Business Students and Ethics: A Meta-Analysis. *Journal of Business Ethics*, 17(11), 117-1127.
- Calabrese, A., Costa, R., Rosati, F. (2016). Gender Differences in Customer Expectations and Perceptions of Corporate Social Responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 116, 135-149.
- Chirtensen, L.J., Peirce, E., Hartman, L.P., Hoffman, W.M., Carrier, J. (2007). Ethics, CSR, and Sustainability Education in the "Financial Times" Top 50 Global Business Schools: Baseline Data and Future Research Directions. *Journal of Business Ethics*, 73(4), 347-368.
- Dahlsrud, A. (2006). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
- Demir, R ve Türkmen, E. (2016). Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının Örgüte Bağlılık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 47-59.
- Elias, R.Z. (2004). An Examination of Business Students Perception of Corporate Social Responsibilities Before and After Bankruptcies. *Journal of Business Ethics*, 52, 267-281.

- Hair, Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham ve William Black (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Hotamışlı, M., Menteşe, A., Çağ, A., Yörük, E. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilinci: Afyon Kocatepe Üniversitesinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(34), 280-299.
- İlicKelgökmen, D. (2010). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması. *Ege Akademik Bakış*, 10(1), 303-318.
- Kayış, A. (2016). *Güvenilirlik Analizi*, Ş. Kalaycı (ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 7. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kerse, G ve Seçkin, Z. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: İmalat Sektörü Çalışanları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(3), 839-853.
- Koçoğlu, C, M ve Aksoy, R. (2017). Demografik Değişkenlerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı Üzerindeki Etkileri: Otomobil İşletmesi Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(1), 1-28.
- Kraft, K.L. (1991). The Relative Importance of Social Responsibility in Determining Organizational Effectiveness: Student Responses. *Journal of Business Ethics*, 10, 179-188.
- Kraft, K.L., Singhapakdi, A. (1995). The Relative Importance of Social-Responsibility in Determining Organizational Effectiveness: Student Responses II. *Journal of Business Ethics*, 14, 315-326.
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği (2008). "Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu" http://kssd.org/site/dl/uploads/CSR_Report_in_Turkish.pdf; 2008:7 e:31.01.2018.
- Lamsa, A.-M., Vehkaperä, M., Puttonen, T., Pesonen, H.-L. (2008). Effect of Business Education on Women and Men Studies' Attitudes on Corporate Responsibility in Society. *Journal of Business Ethics*, 82, 45-58.

- Morçin Erdoğan, S. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Nitelikleri Algısı: Çıldır Meslek Yüksekokulu Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 70-81.
- Morkoç, D ve Erdönmez, C. (2015). Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına Yönelik Algı ve Tutumlar: ÇSBMYO Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ejovoc (ElektronicJournal of VocationalCollages)*, 4(3), 282-301.
- Öksüz, B. (2014). Halkla İlişkiler ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisi: Halkla İlişkiler Öğrencilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 8(3), 55-75.
- Özalp, İ., Tonus, Z., Sarıkaya, M. (2008). İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 69-84.
- Özdemir, Ö. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları ve Starbucks Kampanyaları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 71-85.
- Piacentini, M.G., Macfayden, L., Eadie, D.R. (2000). Corporate Social Responsibility in Food Retailing. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 28(10), 459-469.
- Singhapakdi, A., Vitell, S.J., Rallapalli, K.C., Kraft, K.L. (1996). The Perceived Role of Ethics and Social Responsibility: A Scale Development. *Journal of Business Ethics*, 15, 1131-1140.
- Sipahi, B., Yurtkoru, E.S., Çınko, M. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Sobczak, A., Debucquet, G., Havard, C. (2006). The Impact on Higher Education on Students' and Young Managers' Perception of Companies and Corporate Social Responsibility: An Exploratory Analysis, Corporate Governance. *The European Journal for Business in Society*, 6(4), 463-474.
- Tencati, A., Perrini, F., Pogutz, S. (2004). New Tools to Foster Corporate Socially Responsible Behaviour. *Journal of Business Ethics*, 53, 173-190.

- Toker, H ve Tat, M. (2013). Sosyal Sorumluluk: Kamu ve Vakıf Üniversiteleri Öğrencilerinin Sosyal Sorumluluđa İlişkin Bilgi Düzeyleri ve Algılarının Ölçülmesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 8(1), 34-56.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics*, 44, 95-105.
- Wong, A., Long, F., Elankumaran, S. (2010). Business Students Perception of Corporate Social Responsibility: The United States, China, and India. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17, 299-310.