



## KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BİLİNCİ:AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİNDE KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA

CONSCIOUSNESS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A COMPARATIVE  
RESEARCH IN AFYON KOCATAPE UNIVERSITY

**Yrd.Doç.Dr.Mustafa HOTAMIŞLI**

Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF  
[hotamisli@aku.edu.tr](mailto:hotamisli@aku.edu.tr)

**Aydan ÇAĞ\***

[aydan.cag@hotmail.com](mailto:aydan.cag@hotmail.com)

**Asuman MENTEŞE\***

[asuca\\_2003@windowlive.com](mailto:asuca_2003@windowlive.com)

**Emine YÖRÜK\***

[yorukemine@hotmail.com](mailto:yorukemine@hotmail.com)

### Öz

Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi(İİBF) ile Eğitim Fakültesi (EF) öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) algılarını etkileyen faktörlerden hangilerine daha çok önem verdiklerini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen çalışmada; cinsiyet, iş tecrübesi ve öğrenci topluluklarında aktif olarak görev alma durumlarının kurumsal sosyal sorumluluk algılarını ne yönde değiştireceğine ilişkin tespitlerde de bulunulmuştur.

Araştırma betimsel tarama yöntemiyle gerçekleştirilmiş, araştırmada frekans, yüzde, t testi, tek yönlü Anova ve Tukey testi yapılmıştır. Araştırmanın sonunda özellikle iş tecrübesi değişkenine göre tam zamanlı işte çalışanların daha yüksek düzeyde sorumluluk puanlarının aldığı ortaya çıkmıştır. Cinsiyet ve aktif olarak kulüplerde görev alma değişkenlerinde hem İİBF hem de EF'leri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** İşletme, Üniversite Öğrencileri, Kurumsal Sosyal Sorumluluk.

### Abstract

In this study, which has been conducted to identify which factors affect corporate social responsibility (CSR) perception of the students studying at Afyon Kocatepe University both in Faculty of Economic and Administrative Sciences (FEAS) and also the Education Faculty (EF) are of higher importance for them, it has been identified to what extent gender, vocational experience and active participation in student societies change their institutional social responsibility perception.

This study has been carried out by means of descriptive scanning method. Frequency, percentage and one way Anova and Tukey tests have been involved. In accordance with vocational experience, those who have full time jobs have been proved to get higher points showing their responsibility levels. Both male and female students of the FEAS and EF students have shown no significant differences in responsibility taking and their active participation at clubs are considered.

**Key Words:** Business, Students, Institutional Social Responsibility.

---

\* Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD

## 1.Giriş

Abraham Maslow'a göre insanın en önemli birincil ihtiyacı fiziksel ihtiyaçlardır. Yeme içme gibi ihtiyaçlar bunu ifade etmektedir. Dünya'nın sınırlı kaynaklarını en verimli şekilde kullanarak ondan da yeni kaynaklar üretebilen ve ürettiği bu kaynakları gerek ekonomik gerekse sosyal boyutlarda kendini sorumlu tutabilen insan tipine olan ihtiyaç gittikçe artmaktadır. Zira ihtiyaçlar sonsuz kaynaklar da kıttır. Bu çerçevede bir malı üreterek ekonomik kazanç sağlayan işletmelerin toplum içerisinde ekonomik sorumluluklarının yanında sosyal sorumlulukları (gönüllü sorumluluk, etik temelli yasal sorumluluk, çalışan ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk) vardır. Bu durum, işletmelere yönelik girişimci ve sorumlu bireyler yetiştirilmesiyle mümkündür. İnsan kaynakları yönetimi çerçevesinde ele alındığında özellikle üst düzey entelektüel insan yetiştirmeyi amaçlayan üniversitelerdeki öğrencilerin işletmelere bakışları ve sosyal sorumluluk anlayışlarını geliştirilmesi çok önemlidir.

Bu çerçevede Afyon Kocatepe Üniversitesinde; Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilincini araştırmak üzere İİBF ile Eğitim Fakültesi öğrencilerinin karşılaştırılması amaçlanmıştır.

Öncelikle sosyal sorumluluk kavramı, bilinci, kurumsal sosyal sorumluluk kavramları kuramsal çerçeve olarak ele alınmış ve araştırma bölümünde yöntem (evren, örneklem, sınırlılıklar), bulgular ve değerlendirme yapılmıştır.

## 2. Sosyal Sorumluluk

Sosyal kelimesi, toplumla ve toplumun çeşitli tabakaları ile ilgilidir veya diğer bir deyişle toplumsal demektir (Minareci, 2007: 54). Kavram olarak sorumluluk; topluma karşı yüklenilen ve gerektiğinde hesap verme duygusu olarak değerlendirilen (Minareci, 2007: 54) ve belirlenen bir görevi yerine getirmek için o işi yapmakla mükellef olan bir yöneticinin uymak zorunda olduğu kurallar bütünüdür (Özüpek, 2004: 17).

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: 3). Diğer bir tanıma göre sosyal sorumluluk; bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, işletme içi ve çevresindeki kişi ve kurumların (hissedarlar, çalışanlar, tüketiciler ve nihayet tüm toplum)

beklentilerine ve çıkarlarına zarar verilmeden yönetilmesi, uygun bir çalışma stratejisi ve politikası güdülmesidir (Eren, 2000: 99; Dinçer,1998:155).

İşletmeler, sosyal yaşantının bir parçası olarak faaliyet gösterdiğinden içinde buldukları topluma karşı da bir takım sorumluluklar üstlenirler. Bu sorumluluklarını, toplum içerisinde faaliyette bulunmak ve yaşamını sürdürmek amacıyla kurulduğu an kabul etmiş olurlar. Bu nedenle, işletmeler toplumun amaçlarına hizmet ederek ve değer ölçütlerine uygun politikalar belirleyerek faaliyetlerini yürütmek zorundadırlar (Bakırtaş, 2005: 2).

Boone ve Kurtz (1992); işletmelerin sosyal sorumluluğunu, üretimden tüketime kadar olan bütün aşamalarda icra edilen faaliyetler nedeniyle, topluma zararlı etkileri açısından işletmeyi sınırlayan, toplumun refahına katkıda bulunmaya zorlayan ve bunu öngören politikalar, prosedürler ve eylemlerin benimsemesi olarak belirtmektedir (Akt. Top ve Öner,2008: 98).

Sosyal birer varlık olan işletmelerin üstlenmesi gereken sosyal sorumlulukları (Özüpek, 2004: 46);

- Çalışanlara karşı her türlü maddi ve manevi tatmini sağlayarak onları motive etmek
- Tüketicilere hizmet etmek ve korumak
- Bireylerin refah ve mutluluğu için çalışmak
- İşsizlik, sefalet, hastalık vb. sorunlara karşı kendini görevli sayarak çözüm için üstüne düşeni yapmak
- Servet ve gelir dağılımında toplumda adaleti sağlamak için üzerine düşeni yapmak
- Doğal kaynakların rasyonel kullanımını ve korumasını sağlamak
- Çevre kirliliğine yok açmamak veya gerekli önlemleri almak
- Çevredeki sanatsal, kültürel varlıkları ve faaliyetleri korumak ve desteklemek olarak belirtmiştir.

### **3. Sosyal Sorumluluk Bilinci**

İçinde buldukları topluma karşı sorumluluklarının bilincinde olan ve sürekli olarak çevrelerinin gelişmesine katkı sağlayan işletmeler topluma kendini kabul ettirebilmeleri kolaylaştıracak ve uzun vadeli çıkarlar bakımından kendisine sorunsuz ve uzun bir yaşam sağlayacaktır (İşseveroğlu, 2001:59; İlic,2010:316; Berker, 2008: 8).

Sosyal sorumluluk bilinci ile hareket eden işletmeler müşterilerin, çalışanların buldukları ülkedeki kurumların ve genel olarak toplumun sorunlarını kendi sorunları olarak görmekte ve bu sorunların yok edilmesi için çabalamaktadırlar (Mustafayeva, 2007: 24).

Sosyal sorumluluk, bireyin tüm davranışlarının bütün toplumu etkileyebileceği esasına dayanır. Bu nedenle birey, davranışlarının sonuçlarından topluma karşı sorumludur ve sağlıklı bir toplum için bireyin sosyal sorumluluk bilincine sahip olması gerekir. Sosyal sorumluluk bilincinin yerleşmesi ve gelişmesi için toplumsal desteğe ve eğitime ihtiyaç vardır. Bu eğitim küçük yaşlarda aileden başlayarak eğitim kurumlarında verilmeli ve daha sonra iş hayatında bir takım eğitim programlarıyla desteklenmelidir. Sosyal sorumluluk eğitiminde öncelikle bireysel sorumlulukların önemi vurgulanmalıdır. Çünkü bireysel sorumluluklarının bilincinde olmayan bireyin sosyal sorumluluk bilincine sahip olması beklenilemez (Karaismailoğlu, 2006: 8-9).

#### **4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk**

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS), günümüzde küresel anlamda işletmelerin, kurumların gündemlerindeki yaşamsal, temel konulardan birini oluşturmaktadır (Carter, 2008: 8; Travis, 2007:69; Martin ve Hetrick, 2006: 296-313; Asaf, 2004:28). bir işletmenin tüm paydaşlarına karşı hesap verebilir olması için tüm operasyonlarındaki ve faaliyetlerindeki yükümlülüklerini tanımlayan bir terimdir. Sosyal olarak sorumlu işletmeler kararlar alırken paydaşların ihtiyaçlarıyla kendi kar etme ihtiyaçlarını dengeleyerek bunların toplum ve çevre üzerindeki etkilerini dikkate alır (Doane, 2004: 215). Benzer bir tanıma göre KSS; Bir işletmenin kurumsal sosyal sorumluluğunu yerine getirmesi demek, tüm paydaşlarına - çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, ortaklar, bulunduğu çevre, yatırımcılar vb.- ve çevreye karşı tamamen sorumlu olması ve tüm kararlarında bu unsurları göz önünde bulundurması anlamına gelmektedir (Ulu, 2007: 29). Diğer taraftan KSS, herhangi bir oranizasyonun hem iç, hem de dış çevresindeki tüm paydaşlara (stakeholders) karşı “etik” ve “sorumlu” davranması, bu yönde kararlar alması ve uygulaması şeklinde tanımlanabilir (Douglas vd. 2009: 20; Anand 2007:12-13; <http://www.canaktan.org>).

Sosyal sorumluluk taşıyan bir kurumun yöneticileri, kurum misyonundan sapmadan, ekonomik, hukuki ve sosyal sorumluluklarını harmanlayarak doğru ve kapsamlı bir işletme stratejisi ve politik bir süreç oluşturmalıdır (Atlığ, 2006: 29; Kayalar ve Özmutaf, 2007:110). Drucker, sorumluluk taşıyan bir kurumun etkili yöneticilerinin bu misyonlarının yanında;

sosyal sorumluluklarının etik kapsamında olması gerektiğini de belirtmiştir (Cohen, 2009: 99). Kurumsal sosyal sorumluluğun işletmeler açısından bu denli önemli hale gelmesinde yaşanan yoğun rekabet olgusu, bilinçlenen tüketici, bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, sivil toplum kuruluşlarının artan baskıları ve elde ettiği karın bir kısmını toplumun gelişimi için harcamayan işletmelere ve bu işletmelerin ürünlerine olan talebin her geçen gün biraz daha azalması etkili olmaktadır (Göztaş ve Baytekin, 2009: 2004).

## **5. Araştırma Bölümü**

Bu bölümde; araştırmanın amacı, yöntemi, araştırma bulguları ve bu bulguların yorumlanmasına yönelik açıklamalara yer verilecektir.

### **5.1. Araştırmanın Amacı**

Araştırmanın amacı; Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Eğitim Fakültesi öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarını etkileyen faktörlerden hangilerine daha çok önem verdiklerini tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca cinsiyet, iş tecrübesi ve öğrenci topluluklarında aktif olarak görev alma durumlarının kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarını ne yönde değiştireceğine ilişkin tespitlerde de bulunulacaktır.

### **5.2. Araştırmanın Hipotezleri**

Hipotez 1: Öğrencilerin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarında fakülteler arasında “cinsiyet durumuna göre” anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2: Öğrencilerin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarında fakülteler arasında “iş tecrübesi durumuna göre” anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3: Öğrencilerin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarında “öğrenci topluluklarında aktif olarak görev alma durumuna göre” anlamlı bir farklılık vardır.

### **5.3. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF öğrencileri ile Eğitim Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma evrenini İİBF’den 2425, Eğitim Fakültesi’den 1352 olmak üzere 3777 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma evreni içerisinde “tesadüfî örnekleme yöntemi” ile seçilmiş anket yapılan günler içerisinde ders kapsamında

bulunan öğrencilerle gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin fakültelere ve sınıflara göre dağılımı aşağıdaki gibidir.

**Tablo 1:**

|             | 1. Sınıf | 2. Sınıf | 3. Sınıf | 4. Sınıf |
|-------------|----------|----------|----------|----------|
| <b>İİBF</b> | 749      | 667      | 528      | 481      |
| <b>EF</b>   | 431      | 381      | 243      | 296      |

Araştırmanın veri toplama aşamasında 3777 öğrenciden 1343'ne (yaklaşık %35,5'ne) ulaşılmış ve verilerin elde edilmesi için söz konusu örneklem grubu üzerinde anket çalışması yapılmıştır. Araştırma sonuçları örneklem grubu ile sınırlıdır.

Çalışmada benimsenen bilimsel yaklaşım ampirik bir araştırmayı gerektirmektedir. Betimsel istatistik özelliği taşıyan söz konusu ampirik araştırma, tarama araştırması yönteminin bir tekniği olan anket kullanılarak gerçekleştirilecektir. Anketler, yüz yüze görüşme yoluyla doldurulacaktır. Beş noktalı Likert ölçeği kullanılarak anket soruları hazırlanmıştır.

**Tablo 2: Derecelendirme Ölçeği Puan Aralığı**

| Seçenekler              | Verilen Puanlar | Puan Aralığı |
|-------------------------|-----------------|--------------|
| <b>Hiç Önemli Değil</b> | 1               | 1,00–1,79    |
| <b>Az Önemli</b>        | 2               | 1,80–2,59    |
| <b>Kararsızım</b>       | 3               | 2,60–3,39    |
| <b>Önemli</b>           | 4               | 3,40–4,19    |
| <b>Çok Önemli</b>       | 5               | 4,20–5,00    |

Uygulanan anket Yelkikalan ve Erden (2009) “Geleceğin Girişimci ve Yönetici Adayları Olarak İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal

sorumluluk Algılamaları Üzerine Bir Araştırma: ÇOMÜ Biga İİBF Örneği” adlı makalesindeki ölçek kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde demografik bilgilere, ikinci bölümde ise ekonomik sorumluluk, yasal sorumluluk, etik sorumluluk ve gönüllü sorumluluk boyutlarına ilişkin ifadeler yer verilmiştir. Anket soruları SPSS 17.00 İstatistik Paket Programı’nda değerlendirilmiş ve araştırma bulguları **Faktör Analizi, Independent Samples T- Testi, Tek Yönlü Anova Testi ve Tukey Testi** ile yorumlanmıştır.

#### 5.4. Güvenilirlik Testleri

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeğin iç tutarlılığı “Cronbach Alpha Katsayısı” ile değerlendirilmiştir. Cronbach’s Alpha Analizi sonucunda ölçeğin yüksek bir güvenilirlik oranına sahip olduğu tespit edilmiştir (Alpha=0,90).

Anket sorularının tamamı faktör analizine tabi tutularak varyansı temsil eden faktörler belirlenmiş ve “Kaiser- Meyer- Olkin (KMO) Testi” ile faktör analizinin güvenilirliği test edilmiştir. KMO Testi sonucuna göre; KMO değeri 0,933 olduğundan örneklem analiz yapmak için uygundur ( $0,933 > 0,7$ ).

Bartlett’s testinde Sig. değeri 0,05’ten küçük olduğu için verilerin türleri yeterli aralıktadır ( $0,000 < 0,05$ ).

**Tablo 3: KMO ve Bartlett’s Testi**

|   |                           |           |
|---|---------------------------|-----------|
| <b>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</b> |                           | ,933      |
| <b>Bartlett's Test of Sphericity</b>                    | <b>Approx. Chi-Square</b> | 10195,183 |
|   | <b>Df</b>                 | 190       |
|   | <b>Sig.</b>               | ,000      |

#### 6. Frekans Dağılımları

Araştırma bulgularına ilişkin frekans dağılımları Tablo 4’te belirtilmektedir.

**Tablo 4: Araştırma Bulgularına İlişkin Frekans Dağılımları**

| Demografik Özellikler ve Mesleki | Frekans | Yüzde |
|----------------------------------|---------|-------|
|----------------------------------|---------|-------|

| <b>Bilgiler</b>  |  |      |      |
|--|--|------|------|
| <b>Fakülte</b>   | İİBF   | 858  | 63,9 |
|  | EF   | 485  | 36,1 |
| <b>Yaş</b>   | 18 – 20  | 501  | 37,3 |
|  | 21 – 23  | 725  | 54,0 |
|  | 24 – 26  | 106  | 7,9  |
|  | 27 – 39  | 11   | ,8   |
| <b>Cinsiyet</b>  | Bay  | 566  | 42,1 |
|  | Bayan  | 777  | 57,9 |
| <b>Medeni Durum</b>                                    | Evli   | 11   | ,8   |
|  | Bekar  | 1331 | 99,2 |
| <b>Aylık Harcama Miktarı</b>                           | 200 – 300  | 451  | 33,6 |
|  | 301 – 400  | 350  | 26,1 |
|  | 401 – 500  | 275  | 20,5 |
|  | 501 – 600  | 141  | 10,5 |
|  | 601 – 700  | 47   | 3,5  |
|  | 701 – 800  | 51   | 3,8  |
|  | 801 - +  | 28   | 2,1  |
| <b>Herhangi Bir İşte Çalışma Durumu</b>                | Çalışmıyorum                                       | 1201 | 89,4 |
|  | Yarı zamanlı çalışıyorum                           | 67   | 5,0  |
|  | Tam zamanlı çalışıyorum                            | 13   | 1,0  |
|  | Staj yapıyorum / yaptım                            | 62   | 4,6  |
| <b>Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilgi Düzeyi</b>         | Daha önce duymadım                                 | 325  | 24,2 |
|  | Duydum ama ayrıntılı bilgim yok                    | 744  | 55,4 |
|  | Bölüm derslerimde incelendi                        | 217  | 16,2 |
|  | İşletmelerde sosyal sorumluluk ve etik dersi aldım | 57   | 4,2  |
| <b>Öğrenci Topluluklarına Üyelik</b>                   | Hayır  | 1016 | 75,7 |
|  | Evet   | 327  | 24,3 |
| <b>Öğrenci Topluluklarında Aktif Olarak Görev Alma</b> | Hayır  | 1274 | 94,9 |
|  | Evet   | 69   | 5,1  |

## 7. Faktör Analizi



Dört parçalı model halinde sunulan sosyal sorumluluk boyutlarını Carroll (1991) ekonomik sorumluluk, yasal sorumluluk, etik sorumluluk ve gönüllü sorumluluk olarak ifade etmektedir. Verilerin değerlendirilmesi sırasında SPSS Programı sosyal sorumluluk boyutlarını 4 alt faktörde; gönüllü sorumluluk (S. 15, 16, 17, 18, 19, 20), etik temelli yasal sorumluluk (S. 6, 7, 10, 11, 12, 13,14), çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik sorumluluk (S. 4, 5, 8, 9) ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk (S. 1, 2, 3) olarak gruplandırmıştır. (Yelkikalan ve Erden, 2009: 167).

### 7.1. Faktörlerin İstatistiksel Analizi ve Hipotez Testleri

Faktörlerin istatistiksel analizleri kapsamında Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF ve EF öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılamaları ile cinsiyet, iş tecrübesi ve öğrenci topluluklarına katılma düzeyleri gibi değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı tespit edilmiştir.

Öğrencilerin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarında fakülteler arasında;

#### 7.1.1. Cinsiyet Durumu:

Öğrencilerin cinsiyetleri ile kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarının algılanmasına ilişkin yapılan analizde; İİBF’de gönüllü sorumluluk, etik değerlerle ilişkili yasal sorumluluk ve çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik sorumluluk faktöründe anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk faktöründe ise anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Tablo 5’de söz konusu farklılık gösterilmektedir (F1=  $p<0.05$ , F2=  $p<0.05$ , F3= $p<0.05$ ).

**Tablo 5: İİBF’de Cinsiyet Farklılıklarına İlişkin “Independent Samples” T – Testi**

|  | t       | df      | Sig. (2-Tailed) |
|--|---------|---------|-----------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | -3,482  | 856     | ,001            |
|  | - 3,467 | 825,135 | ,001            |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | - 4,795 | 856     | ,000            |
|  | - 4,711 | 730,721 | ,000            |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | - 3,134 | 856     | ,002            |
|  | - 3,092 | 767,087 | ,002            |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | - ,764  | 856     | ,445            |
|  | - ,760  | 821,989 | ,448            |

EF’de etik değerlerle ilişkili yasal sorumluluk faktöründe anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ( $F_2 = p < 0.05$ ). Gönüllü sorumluluk, çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik sorumluluk ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk faktöründe ise anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Tablo 6’da söz konusu farklılık gösterilmektedir. Hipotez 1 kısmen kabul edilmektedir.

**Tablo 6: EF’de Cinsiyet Farklılıklarına İlişkin “Independent Samples” T – Testi**

|  | t       | df      | Sig. (2-Tailed) |
|--|---------|---------|-----------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | -1,779  | 483     | ,076            |
|  | - 1,677 | 276,825 | ,095            |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | - 3,163 | 483     | ,002            |
|  | - 2,916 | 262,042 | ,004            |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | -,948   | 483     | ,344            |
|  | -,901   | 282,818 | ,368            |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | - 1,018 | 483     | ,309            |
|  | - ,989  | 298,673 | ,323            |

Tablo 7’de sunulan ortalamalar tablosu incelendiğinde; gönüllü sorumluluk faktöründe kadınların cinsiyet farklılıkları grup ortalamalarının 4,11, erkeklerin söz konusu ortalamalarının ise 3,94 olduğu tespit edilmiştir. Gönüllü sorumluluk faktörüne kadınların erkeklerden daha fazla önem verdiğini belirtmemiz mümkündür. Ayrıca etik değerlerle ilişkili yasal sorumluluk faktöründe kadınların cinsiyet farklılıkları grup ortalamalarının 4,44, erkeklerin söz konusu ortalamalarının ise 4,21 olarak ifade edilmektedir. Etik değerlerle ilişkili yasal sorumluluk alt faktörünün kadınlar üzerinde erkeklerden daha etkili olduğu saptanmıştır.

**Tablo 7: İİBF’de Cinsiyet Farklılıklarına Göre Grup Ortalamaları**

|  | Cinsiyet | N   | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|----------|-----|------|----------------|-----------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | Bay      | 404 | 3,94 | ,729           | ,036            |
|  | Bayan    | 454 | 4,11 | ,675           | ,032            |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | Bay      | 404 | 4,21 | ,801           | ,040            |
|  | Bayan    | 454 | 4,44 | ,586           | ,027            |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | Bay      | 404 | 4,22 | ,782           | ,039            |
|  | Bayan    | 454 | 4,38 | ,621           | ,029            |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | Bay      | 404 | 4,20 | ,824           | ,041            |
|  | Bayan    | 454 | 4,24 | ,755           | ,035            |

Tablo 8’de sunulan ortalamalar tablosu incelendiğinde; etik temelli yasal sorumluluk faktöründe kadınların cinsiyet farklılıkları grup ortalamalarının 4,56, erkeklerin söz konusu ortalamalarının ise 4,77 olduğu tespit edilmiştir. Etik temelli yasal sorumluluk faktörüne erkeklerin kadınlardan daha fazla önem verdiğini belirtmemiz mümkündür. Etik değerlerle ilişkili yasal sorumluluk alt faktörünün erkekler üzerinde kadınlardan daha etkili olduğu saptanmıştır.

**Tablo 8: EF’de Cinsiyet Farklılıklarına Göre Grup Ortalamaları**

|  | Cinsiyet | N   | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|----------|-----|------|----------------|-----------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | Bay      | 7   | 4,40 | ,886           | ,335            |
|  | Bayan    | 478 | 4,25 | ,711           | ,033            |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | Bay      | 7   | 4,77 | ,524           | ,198            |
|  | Bayan    | 478 | 4,56 | ,608           | ,028            |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | Bay      | 7   | 4,71 | ,756           | ,286            |
|  | Bayan    | 478 | 4,44 | ,674           | ,031            |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | Bay      | 7   | 4,14 | 1,016          | ,384            |
|  | Bayan    | 478 | 4,09 | ,777           | ,036            |

### 7.1.2. İş Tecrübesi:

İİBF’de iş tecrübesine göre yapılan analizde Levene istatistiği sonuçlarına göre varyansların 1 ve 3 no’lu faktörlerde homojen oldukları ortaya çıkmıştır ( $F_1 = p > 0.05$ ,  $F_3 = p > 0.05$ ). Söz konusu durum Tablo 9’da belirtilmektedir.

**Tablo 9: İİBF’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları İle İş Tecrübeleri Durumu Varyanslarının Homojenliği Testi**

|  | Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|--|------------------|-----|-----|------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | ,085             | 3   | 854 | ,968 |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | 4,265            | 3   | 854 | ,005 |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | 2,225            | 3   | 854 | ,081 |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | 2,625            | 3   | 854 | ,049 |

EF’de iş tecrübesine göre yapılan analizde Levene istatistiği sonuçlarına göre varyansların 1, 2,3 ve 4 no’lu faktörlerde homojen oldukları ortaya çıkmıştır ( $F_1 = p > 0,05$ ,  $F_2 = p > 0,05$ ,  $F_3 = p > 0,05$ ,  $F_4 = p > 0,05$ ). Söz konusu durum Tablo 10’da belirtilmektedir.

**Tablo 10: EF’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları İle İş Tecrübeleri Durumu Varyanslarının Homojenliği Testi**

|  | Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|--|------------------|-----|-----|------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | ,702             | 3   | 481 | ,551 |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | 2,427            | 3   | 481 | ,065 |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | 2,190            | 3   | 481 | ,088 |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | 1,134            | 3   | 481 | ,335 |

ANOVA testi sonuçlarına göre İİBF’de kurumsal sosyal sorumluluk boyutları (gönüllü sorumluluk, etik temelli yasal sorumluluk, çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik

sorumluluk ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk) ile iş tecrübesi arasında anlamlı farklılığın sadece hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk faktöründe olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu durum Tablo 11’de belirtilmektedir ( $F_4 = p < 0.030 < 0.05$ ).

**Tablo 11: İİBF’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları İle İş Tecrübelerine İlişkin ANOVA Testi**

|  |                | <b>Sum of Squares</b> | <b>df</b> | <b>Mean Square</b> | <b>F</b> | <b>Sig.</b> |
|--|----------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | Between Groups | 1,530                 | 3         | ,510               | 1,024    | ,381        |
|  | Within Groups  | 425,297               | 854       | ,498               |          |             |
|  | Total          | 426,827               | 857       |                    |          |             |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | Between Groups | ,640                  | 3         | ,213               | ,430     | ,732        |
|  | Within Groups  | 424,111               | 854       | ,497               |          |             |
|  | Total          | 424,751               | 857       |                    |          |             |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | Between Groups | 3,653                 | 3         | 1,218              | 2,461    | ,061        |
|  | Within Groups  | 422,577               | 854       | ,495               |          |             |
|  | Total          | 426,230               | 857       |                    |          |             |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | Between Groups | 5,537                 | 3         | 1,846              | 2,994    | ,030        |
|  | Within Groups  | 526,392               | 854       | ,616               |          |             |
|  | Total          | 531,929               | 857       |                    |          |             |

ANOVA testi sonuçlarına göre EF’de kurumsal sosyal sorumluluk boyutları (gönüllü sorumluluk, etik temelli yasal sorumluluk, çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik sorumluluk ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk) ile iş tecrübesi arasında anlamlı farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Söz konusu durum Tablo 12’de belirtilmektedir.

**Tablo 12: EF’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları İle İş Tecrübelerine İlişkin ANOVA Testi**

|  |                | <b>Sum of Squares</b> | <b>df</b> | <b>Mean Square</b> | <b>F</b> | <b>Sig.</b> |
|--|----------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | Between Groups | 2,507                 | 3         | ,836               | 1,651    | ,177        |
|  | Within Groups  | 243,416               | 481       | ,506               |          |             |
|  | Total          | 245,922               | 484       |                    |          |             |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | Between Groups | ,827                  | 3         | ,276               | ,747     | ,524        |
|  | Within Groups  | 177,507               | 481       | ,369               |          |             |
|  | Total          | 178,334               | 484       |                    |          |             |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | Between Groups | ,707                  | 3         | ,236               | ,515     | ,672        |
|  | Within Groups  | 219,874               | 481       | ,457               |          |             |
|  | Total          | 220,581               | 484       |                    |          |             |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | Between Groups | ,512                  | 3         | ,171               | ,279     | ,840        |
|  | Within Groups  | 294,020               | 481       | ,611               |          |             |
|  | Total          | 294,532               | 484       |                    |          |             |

Tablo 13 irdelendiğinde; yarı zamanlı çalışan öğrencilerin, tam zamanlı çalışanlara göre anlamlı olarak algılamaları daha yüksektir (\*: 0.777). Buna göre hipotez 2 kısmen kabul edilmektedir.

**Tablo 13: İİBF’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları İle İş Tecrübelerine İlişkin Tukey Testi Çoklu Karşılaştırma Tablosu**

| Dependent Variable | (I) f                    | (J) f                    | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval |             |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
|                    |                          |                          |                       |            |      | Lower Bound             | Upper Bound |
| F4                 | Çalışmıyorum             | Yarı zamanlı çalışıyorum | -,062                 | ,122       | ,957 | -,38                    | ,25         |
|                    |                          | Tam zamanlı çalışıyorum  | ,715*                 | ,263       | ,034 | ,04                     | 1,39        |
|                    |                          | Staj yapıyorum/ yaptım   | ,131                  | ,113       | ,649 | -,16                    | ,42         |
|                    | Yarı Zamanlı Çalışıyorum | Çalışmıyorum             | ,062                  | ,122       | ,957 | -,25                    | ,38         |
|                    |                          | Tam zamanlı çalışıyorum  | ,777*                 | ,287       | ,035 | ,04                     | 1,52        |
|                    |                          | Staj yapıyorum/ yaptım   | ,193                  | ,161       | ,627 | -,22                    | ,61         |
|                    | Tam Zamanlı Çalışıyorum  | Çalışmıyorum             | -,715*                | ,263       | ,034 | -1,39                   | -,04        |
|                    |                          | Yarı zamanlı çalışıyorum | -,777*                | ,287       | ,035 | -1,52                   | -,04        |
|                    |                          | Staj yapıyorum/ yaptım   | -,584                 | ,283       | ,167 | -1,31                   | ,15         |
|                    | Staj Yapıyorum/ Yaptım   | Çalışmıyorum             | -,131                 | ,113       | ,649 | -,42                    | ,16         |
|                    |                          | Yarı zamanlı çalışıyorum | -,193                 | ,161       | ,627 | -,61                    | ,22         |
|                    |                          | Tam zamanlı çalışıyorum  | ,584                  | ,283       | ,167 | -,15                    | 1,31        |

### 7.1.3. Öğrenci Topluluklarında Aktif Olarak Görev Alma:

İİBF öğrencilerinin öğrenci topluluklarında aktif olarak görev almaları ile kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarının (gönüllü sorumluluk, etik temelli yasal sorumluluk, çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik sorumluluk ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk) algılanmasına ilişkin yapılan analizde, tüm boyutlarda anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Tablo 14’de söz konusu durum gösterilmektedir. (F1= p >0.05, F2= p >0.05, F3= p >0.05, F4 = p >0.05).

**Tablo 14: İİBF’de Öğrenci Topluluklarında Aktif Olarak Görev Alınmasına İlişkin “Independent Samples” T - Testi**

|  | t     | df     | Sig. (2-Tailed) |
|--|-------|--------|-----------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | ,836  | 856    | ,404            |
|  | ,713  | 41,734 | ,480            |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | 1,130 | 856    | ,259            |
|  | ,858  | 41,099 | ,396            |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | 1,705 | 856    | ,089            |
|  | 1,349 | 41,305 | ,185            |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | ,587  | 856    | ,557            |
|  | ,573  | 42,687 | ,570            |

EF öğrencilerinin öğrenci topluluklarında aktif olarak görev almaları ile kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarının (gönüllü sorumluluk, etik temelli yasal sorumluluk, çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik sorumluluk ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk) algılanmasına ilişkin yapılan analizde, tüm boyutlarda anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Tablo 15’te söz konusu durum gösterilmektedir. (F1=  $p > 0.05$ , F2=  $p > 0.05$ , F3=  $p > 0.05$ , F4 =  $p > 0.05$ ). Bu durumda hipotez 3 reddedilmiştir.

**Tablo 15: EF’de Öğrenci Topluluklarında Aktif Olarak Görev Alınmasına İlişkin “Independent Samples” T - Testi**

|  | t     | df     | Sig. (2-Tailed) |
|--|-------|--------|-----------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | ,729  | 483    | ,466            |
|  | ,659  | 30,896 | ,515            |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | ,360  | 483    | ,719            |
|  | ,303  | 30,458 | ,764            |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | ,776  | 483    | ,438            |
|  | ,739  | 31,271 | ,466            |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | -,370 | 483    | ,712            |
|  | -,368 | 31,630 | ,715            |



Tablo 16'daki ortalamalar tablosu irdelendiğinde; öğrenci topluluklarında aktif olarak görev almayan İİBF öğrencilerinin gönüllü sorumluluk, etik temelli yasal sorumluluk, çalışan ve müşterilerle ilgili ekonomik sorumluluk ve hissedara yönelik ekonomik sorumluluk faktörlerinin dördünde de öğrenci topluluklarında aktif olarak görev alan öğrencilere göre kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarının yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 16: İİBF'de Öğrenci Topluluklarında Aktif Olarak Görev alınmasına İlişkin Ortalamalar Tablosu**

|  |       | N       | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------|---------|------|----------------|-----------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | Hayır | 81<br>8 | 4,03 | ,699           | ,024            |
|  | Evet  | 40      | 3,94 | ,833           | ,132            |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | Hayır | 81<br>8 | 4,34 | ,691           | ,024            |
|  | Evet  | 40      | 4,21 | ,937           | ,148            |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | Hayır | 81<br>8 | 4,31 | ,694           | ,024            |
|  | Evet  | 40      | 4,12 | ,899           | ,142            |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | Hayır | 81<br>8 | 4,22 | ,787           | ,028            |
|  | Evet  | 40      | 4,15 | ,809           | ,128            |

Tablo 17'deki ortalamalar tablosu irdelendiğinde; öğrenci topluluklarında aktif olarak görev alan EF öğrencilerinin hissedara yönelik ekonomik sorumluluk faktöründe öğrenci topluluklarında aktif olarak görev almayan öğrencilere göre kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarının yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 17: EF’de Öğrenci Topluluklarında Aktif Olarak Görev alınmasına İlişkin Ortalamalar Tablosu**

|  |       | N       | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------|---------|------|----------------|-----------------|
| <b>Gönüllü Sorumluluk (F1)</b>                                 | Hayır | 45<br>6 | 4,25 | ,708           | ,033            |
|  | Evet  | 29      | 4,16 | ,794           | ,147            |
| <b>Etik Temelli Yasal Sorumluluk (F2)</b>                      | Hayır | 45<br>6 | 4,57 | ,599           | ,028            |
|  | Evet  | 29      | 4,53 | ,729           | ,135            |
| <b>Çalışan ve Müşterilere Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F3)</b> | Hayır | 45<br>6 | 4,45 | ,673           | ,032            |
|  | Evet  | 29      | 4,34 | ,712           | ,132            |
| <b>Hissedarlara Yönelik Ekonomik Sorumluluk (F4)</b>           | Hayır | 45<br>6 | 4,08 | ,781           | ,037            |
|  | Evet  | 29      | 4,14 | ,784           | ,146            |

## 8. Sonuç

İBF ve EF den ankete katılan deneklerin cinsiyet açısından özellikle etik temelli yasal sorumluluk boyutunda kadınlarla erkekler farklı düşünmektedirler. İİBF’deki erkek katılımcılar daha yüksek düzeyde katılım gerçekleştirirken EF’de ise kadın katılımcılar daha yüksek bir puanla katılımında bulunmuşlardır. Ancak cinsiyet değişkeni açısından bakıldığında gerek İİBF gerekse EF’deki katılımcılar yüksek düzeyde bir katılım gerçekleştirmişlerdir. Bu durum da kadın ve erkeklerin her iki fakültede işletmeleri sosyal sorumluluk açısından sorumlu gördükleri sonucuna varılabilir.

ANOVA testi sonuçlarına göre İİBF’de kurumsal sosyal sorumluluk boyutları (gönüllü sorumluluk, etik temelli yasal sorumluluk, çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik sorumluluk ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk) ile iş tecrübesi arasında anlamlı farklılığın sadece hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk faktöründe yer alırken EF’deki katılımcılar iş tecrübesi değişkeninin EF’de kurumsal sosyal sorumluluk boyutları (gönüllü sorumluluk, etik temelli yasal sorumluluk, çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik sorumluluk ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk) arasında herhangi bir anlamlı farklılığın olmadığı ortaya çıkmaktadır. Özellikle İİBF’deki öğrencilerin hissedarlara yönelik algılarında farklılık çıkarken EF’deki öğrencilerde çıkmamıştır. Bunun nedeni de İİBF’de okuyan öğrencilerin tam zamanlı işte çalışma durumlarının çalışmayan ve yarı zamanlı çalışan öğrencilere göre anlamlı çıkmasından kaynaklanıyor olabilir. İş tecrübesi olan katılımcıların

işletmelerin, hissedar sosyal sorumluluğa ilişkin sorulara daha pozitif yanıt verdikleri görülmektedir.

İİBF ve EF öğrencilerinin öğrenci topluluklarında aktif olarak görev almaları ile kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarının (gönüllü sorumluluk, etik temelli yasal sorumluluk, çalışan ve müşterilere yönelik ekonomik sorumluluk ve hissedarlara yönelik ekonomik sorumluluk) algılanmasına ilişkin yapılan analizde, tüm boyutlarda anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Özellikle hem İİBF hem de EF öğrencilerinden öğrenci topluluklarında aktif görev almayanların sosyal sorumluluk düzeyleri ortalamalarını yüksek çıkması manidardır. İİBF ve EF öğrencilerinin işletmelere yönelik sosyal sorumluluk düzeylerinin artırılmasına yönelik Özellikle EF öğrencilerine genel kültür dersleri bağlamında dersler konulabilir.

## KAYNAKÇA

- Anand S. (2007). *Essentials of Corporate Governance*, John Wiley & Sons,Publication <http://proquestcombo.safaribooksonline.com/9780470139813>,(Erişim Tarihi:10.06.2010)
- Asaf S. (2004). *Executive Corporate Finance: The Business Of Enhancing Shareholder Value*, FT Press, <http://proquestcombo.safaribooksonline.com/9780131370296>.( Erişim Tarihi:10.06.2010)
- Atlıg, N.S. (2006). *İş Etiği, Sosyal Sorumluluk ve İlaç Sektöründen Uygulamalar*. (YL).Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Bakırtaş, H. (2005). *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: Konaklama İşletmelerde Bir Uygulama*. (YL). Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Berker, B. (2008) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Kurumsal ve Uygulamalı Bir Çalışma*. (YL). Marmara Üniversitesi, İstanbul. <http://www.canaktan.org/yonetim/kurumsal-sosyalsorum/kurumsalsos-anasayfa.htm>, (Erişim Tarihi:10.06.2010)
- Cohen W.A. (2009). *Drucker on Leadership:New Lessons from the Father of Modern Management*, Jossey-Bass, Pub.,<http://proquestcombo.safaribooksonline.com/9780470405000/>.( Erişim Tarihi:10.06.2010)
- Doane, D. (2004). *Social Responsibility: Minnows*. Mammoth and Markets.
- Douglas D. Papadopoulos G.; Boutelle J.(2009). *Citizen Engineer: A Handbook for Socially Responsible Engineering*, Prentice Hall, Pub. <http://proquestcombo.safaribooksonline.com/9780137153602>. (Erişim Tarihi:10.06.2010)
- Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta (5) Basım, İstanbul:
- Eren, E. (2000). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta Basım. İstanbul:

- Göztaş, A. Ve Baytekin, E. P. (2009). *Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Çocukların Bilinçlendirilmesi ve Eğitimi Türkiye’den Bir Uygulama Örneği: Aygaz “Dikkatli Çocuk” Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası*. Journal of Yasar University, 4 (13), 1997-2015.
- İbişoğlu, A. (2007). *Kurumsal sosyal Sorumluluk: Vestel Örneği*. (YT). Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Kayalar, M. Ve Özmutaf, N. M. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Yönetişim Kültürü Bağlamında Etkileşim*, Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 12 (2), 107-119.
- Kotler, P., Lee N., (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, John Wiley & Sons Inc. New Jersey.
- Minareci, Y. (2007). *Turizm İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Sosyal Sorumluluk: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. (Proje). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Mustafayeva, L. (2007). *Sosyal Sorumluluklar İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma*. (YL). Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Martin G., Hetrick S., (2006). *Corporate Reputations, Branding and People Management: A Strategic Approach to HR*, Publisher: Butterworth-Heinemann, <http://proquestcombo.safaribooksonline.com/9780750669504>.( Erişim Tarihi:10.06.2010)
- Özüpek, N. (2004). *Kurum İmajında Sosyal Sorumluluk Kurumsal ve Uygulamalı Bir Çalışma*. (DT). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Sandy C.,(2008). *The New Language of Marketing 2.0: How to Use ANGELS to Energize Your Market*, IBM Press, <http://proquestcombo.safaribooksonline.com/9780137010325>.( Erişim Tarihi:10.06.2010)
- Travis,T. G.(2007) *The Essential Guide to Going Global*, John Wiley & Sons, Pub., <http://proquestcombo.safaribooksonline.com/9780471973171>/( Erişim Tarihi:10.06.2010)
- Ulu, A.S. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bir Alan Çalışması*.(YL). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Yelkikalan, N. ve Erden S. (2009). *Geleceğin Girişimci Ve Yönetici Adayları Olarak İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algulamaları Üzerine Bir Araştırma: Çomü Biga İibf Örneği*, VI. Uluslar arası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı, 163-174.