

**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE
ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI
ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

(Yüksek Lisans Tezi)

Yeliz İMAN ÇAM

Kütahya - 2010

T. C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL
VATANDAŞLIK DAVRANIŞI
ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Aydın KAYABAŞI

Hazırlayan
Yeliz İMAN ÇAM
200691111327

Kütahya – 2010

Kabul ve Onay

Yeliz İMAN ÇAM'ın hazırladığı “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Uygulama” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

...../...../2010

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Yrd. Doç. Dr. Aydın KAYABAŞI (Danışman)		
Yrd. Doç. Dr. Cengiz DURAN		
Yrd. Doç. Dr. Ercan TAŞKIN		

Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Uygulama adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.../.../ 2010

Yeliz İMAN ÇAM

ÖZGEÇMİŞ

1979 Yılında Ankara'da doğdu. İlköğrenimini Ankara'da Atatürk İlkokulu'nda tamandıktan sonra, ortaöğrenimini Ankara Cebeci Ortaokulu'nda, lise öğrenimini de Ankara Lisesi'nde bitirdi. 2004 yılında Dumlupınar Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. 2006 yılında Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı'nda yüksek lisans öğrenimine başladı.

ÖZET

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

İMAN ÇAM, Yeliz

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Aydın KAYABAŞI

Mart, 2010, 117 sayfa

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, hızla çoğalan işletmeler için üzerinde durulması gereken bir konu haline gelmiştir. Çünkü işletmeler insan ihtiyacına cevap verebilmek için üretim yapmakta bunun için doğal kaynakları azaltmakta ve ortaya çıkan atıkları ile çevreyi kirletmektedir. Bireylerin artık daha bilinçli olması, kaynakların ve doğal çevrenin gelecek nesillere kalabilmesi için kurumların daha sorumluluk sahibi olması gerektiği konusunda kurumları zorlamaktadır. Bunun sonucunda kurumlar sosyal sorumluluk projelerine önem göstererek paydaşların işletmeleri tercih etme oranlarını artırmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluğa bağlı olarak kurumların paydaşlarından biri olan çalışanlarına karşı olan sorumlulukları da örgütsel vatandaşlık davranışı kavramını gündeme getirmektedir. Kurumların başarısı çalışanların vatandaşlık davranışı göstermesi neticesinde daha da artmaktadır. Çalışanlar kurumun başarısını artırırken bazen örgütsel vatandaşlık davranışını, örgütsel yapıya aktif bir şekilde katkı sağlama bazen de örgütsel yapıya zarar verecek davranışlardan kaçınma yoluyla gösterir.

Bu çalışma kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi açıklamak için hazırlanmıştır. Birinci bölümde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının içeriği, gelişimi ve alanları incelenmiştir. İkinci bölümde örgütsel vatandaşlık kavramının içeriği türleri ve düzeyleri incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki üzerine hazırlanan anketin uygulanması, analizi ve sonuçları yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sosyal Sorumluluk, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı.

ABSTRACT**AN APPILICATION OVER RELATION BETWEEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR****İMAN ÇAM, Yeliz****M.A. Thesis, Department of Business Administration****Supervisor : Asst. Prof. Aydın KAYABAŞI****March, 2010, 117 pages**

The term “corporate social responsibility” has turned out to be a subject to be emphasized for rapidly growing enterprises. Enterprises are manufacturing to respond to needs of man; for that reason these enterprises are reducing natural resources and polluting the environment with waste. Individuals’ being more conscious is forcing corporations to take more responsibility concerning remaning resources and natural environment to next generations. As a result; corporations are raising shareholder’s preference rate of enterprises by giving importance to corporate social responsibility projects.

Related to corporate social responsibility; corporations’ responsibilities towards their employees; one of their shareholders; also bring the term “organizational citizenship behaviour” to the agenda. Corporations’ success increases as a result of employees’ showing organizational citizenship behaviour. Meanwhile employees increases corporation’s success, they show organizational behaviour by giving direct contribution to organizational structure or by avoiding behaviours which can damage organizational structure.

This study has been prepared to reveal relationship between corporate social responsibility and organizational citizenship behaviour. In the first part ; content, development and areas of corporate social responsibility were examined. In the second part; types and levels of the term “organizational citizenship” were viewed. As for the third part; a survey’s; which was laid out concerning the relationship between corporate social responsibility and organizational citizenship behaviour; application, analysis and results take place.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Social Responsibility,Oraganizational Citizenship Behaviour.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	v
ABSTRACT	vi
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
KISALTMALAR	xiii

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMINA YÖNELİK GENEL BİLGİLER

1.1. SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI VE TANIMI.....	2
1.2. SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ ÇIKIŞ NEDENLERİ	3
1.3. SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞININ GELİŞİM SÜRECİ	4
1.4. SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ GÖRÜŞLER.....	7
1.4.1. Klasik görüş	7
1.4.2. Sosyo-Ekonomik Görüş (Modern Görüş)	8
1.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI VE ÖLÇEĞİ	10
1.5.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı	10
1.5.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeği.....	13
1.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMLARI.....	15
1.6.1. Gizli El Yaklaşımı	15
1.6.2. Devletçi Yaklaşım	16
1.6.3. Yönetimci Yaklaşım	16
1.7. İŞLETMELERDE SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI.....	16
1.7.1. İşletme İçi Sosyal Sorumluluklar	17
1.7.2. İşletme Dışı Sosyal Sorumluluklar	17
1.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN ALANLARI.....	19
1.8.1. Ekonomik Sorumluluklar	19
1.8.2. Yasal Sorumluluklar	20
1.8.2.1. Rekabeti Düzenleyen Yasalar.....	20
1.8.2.2. Tüketiciyi Koruyan Yasalar.....	20
1.8.2.3. Çevreyi Koruyan Yasalar	21
1.8.2.4. Eşitlik ve Güvenliği Sağlayan Yasalar	21
1.8.2.5. Hissedarlarla İlgili Yasalar	22
1.8.3. Ahlaki Sorumluluklar	23
1.8.3.1. Çalışanlara Karşı Ahlaki Sorumluluklar	23
1.8.3.2. Hissedarlara ve Yatırımcılara Karşı Ahlaki Sorumluluklar.....	26
1.8.3.3. Tedarikçiler ve Rakiplere Karşı Ahlaki Sorumluluklar.....	26
1.8.3.4. Tüketicilere Karşı Ahlaki Sorumluluklar	27
1.8.3.5. Doğal Çevreye Karşı Ahlaki Sorumluluklar	27
1.8.4. Gönüllü Sorumluluklar	29
1.9. SOSYAL SORUMLULUK STANDARDI	30

1.10. SOSYAL SORUMLULUĞUN LEHİNDE VE ALEYHİNDE OLAN GÖRÜŞLER.....	34
1.11. SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI.....	35
1.12. TÜRKİYE’DE SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI	39

İKİNCİ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI KAVRAMINA YÖNELİK GENEL BİLGİLER

2.1. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞ KAVRAMI.....	45
2.2. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI TÜRLERİ	47
2.3. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ DÜZEYLERİ.....	47
2.3.1. Sivil Erdem	48
2.3.2. Vicdanlılık	48
2.3.3. Sportmenlik	49
2.3.4. Diğerlerini Düşünme, Özgecilik (Diğerkamlık)	49
2.3.5. Nezaket.....	50
2.4. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI İLE İLGİLİ TEORİ VE ARAŞTIRMALAR	50
2.4.1. Eşitlik Teorisi	50
2.4.2. Katz ve Kahn Teorisi.....	51
2.4.3. Dennis Organ’ın Teorisi	51
2.4.4. Sosyal Alışveriş Teorisi.....	51
2.4.5. Bernard’ın Yaptığı Çalışmalar.....	52
2.5. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER... 52	
2.5.1. Örgüte Bağlılık.....	53
2.5.2. Bireyin Ruhsal Durumu (Moral).....	53
2.5.3. Kişilik Özellikleri.....	54
2.5.4. İş Tatmini.....	54
2.5.5. Örgütsel Adalet.....	54
2.5.6. İşin Özellikleri.....	55
2.5.7. Liderin Özellikleri ve Buna Bağlı Olarak Örgüte Duyulan Güven.....	55
2.5.8. Yaş, Kıdem ve Hiyerarşik Düzey	56
2.5.9. Örgütün Özellikleri	56
2.5.10. Kişi Örgüt Bütünleşmesi	57
2.6. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK İLE BENZER NİTELİKTE OLAN DAVRANIŞLAR.....	57
2.6.1. Örgütsel Spontanlık.....	57
2.6.2. Psikolojik Kontratlar	58
2.6.3. Rol Davranışları	58
2.6.4. Sosyal Temelli Örgütsel Davranış (Prososyal Örgütsel Davranış)	58
2.7. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI VE BENZER KAVRAMLARLA ARASINDAKİ İLİŞKİ	59
2.7.1. Örgütsel Vatandaşlık ve Takım Çalışması.....	59
2.7.2. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Motivasyon.....	59
2.7.3. Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Bağlılık	60
2.8. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ ÖRGÜTSEL SONUÇLARI .60	

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI.....	63
3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	63
3.3. ARAŞTIRMADA UYGULANAN ANKET HAKKINDA GENEL AÇIKLAMALAR	63
3.4. ARAŞTIRMANIN ANAKÜTLE VE ÖRNEKLEMİ.....	64
3.5. ANKET VERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	65
3.6. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ	66
3.7. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....	66
3.7.1. Anketlerle İlgili Güvenirlilik Analizi	67
3.7.2. Araştırma Örnekleminin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	68
3.7.2.1. Ankete Katılan Çalışanların Yaş Durumuna Göre Dağılımı	68
3.7.2.2. Ankete Katılan Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı	68
3.7.2.3. Ankete Katılan Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı	69
3.7.2.4. Ankete Katılan Çalışanların Çalışma Yıllarına Göre Dağılımı	69
3.7.2.5. Ankete Katılan Çalışanların Pozisyonlarına Göre Dağılımı	70
3.7.2.6. Ankete Katılan Çalışanların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı	70
3.8. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN ANALİZ EDİLMESİ.....	70
3.8.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkilerin Analizi.....	70
3.8.2. Demografik Özelliklerine Göre Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Arasındaki İlişkinin Analizi	73
3.8.3. Çalışanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Analizi	76
3.8.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış Boyutları Arasındaki İlişkinin Analizi	80
SONUÇ VE ÖNERİLER	83
EKLER.....	87
KAYNAKÇA	91
DİZİN.....	102

TABLOLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1.1. “Türkiye’nin Sosyal Sorumluluk Liderleri” Araştırması Sonuçları	42
Tablo 1.2. Temel Sosyal Sorumluluk Kriterlerindeki En Başarılı Şirketler	43
Tablo 3.1. Belli Anaküteller İçin Kabul Edilebilir Örneklem Büyüklükleri	65
Tablo 3.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Sorularının Güvenirlilik Analizi	68
Tablo 3.3. Ankete Katılan Çalışanların Yaş Durumuna Göre Dağılımı	68
Tablo 3.4. Ankete Katılan Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı	69
Tablo 3.5. Ankete Katılan Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı.....	69
Tablo 3.6. Ankete Katılan Çalışanların Çalışma Yıllarına Göre Dağılımı	69
Tablo 3.7. Ankete Katılan Çalışanların Pozisyonlarına Göre Dağılımı	70
Tablo 3.8. Ankete Katılan Çalışanların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı	70
Tablo 3.9. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış Arasındaki İlişkisinin Korelasyon Analiz Sonuçları	71
Tablo 3.10. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış Arasındaki İlişkisinin Regresyon Analiz Sonuçları	72
Tablo 3.11. H _{2a} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	73
Tablo 3.12. H _{2b} Hipotezi ve T-testi Analiz Sonuçları.....	73
Tablo 3.13. H _{2c} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	74
Tablo 3.14. H _{2d} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	75
Tablo 3.15. H _{2e} Hipotezi ve T-testi Analiz Sonuçları.....	75
Tablo 3.16. H _{2f} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	76
Tablo 3.17. H _{3a} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	77
Tablo 3.18. H _{3b} Hipotezi ve T-testi Analiz Sonuçları.....	77
Tablo 3.19. H _{3c} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	78

Tablo 3.20. H _{3d} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	78
Tablo 3.21. H _{3e} Hipotezi ve T-testi Analiz Sonuçları.....	79
Tablo 3.22. H _{3f} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	79
Tablo 3.23. H ₄ Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış Boyutları arasındaki İlişkinin Korelasyon Analiz Sonuçları	80
Tablo 3.24. Hipotezler ve Araştırma Bulguları.....	82

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeği	13
Şekil 1.2. Çevresel Değişkenler ve Sorumluluklar	18
Şekil 1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları	19

KISALTMALAR

<u>Kısaltma</u>	<u>Açıklama</u>
A.g.e.	Adı geçen eser
A.g.m.	Adı geçen makale
ANOVA	Analysis of Variance
C.	Cilt
Çev.	Çeviren
Ed.	Editör
GFK	Growth from knowledge
ILO	International Labour Organization
ISO	International Organization for standardization
İ.İ.B.F.	İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
İGİAD	İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği
KPMG	Peat Marwick International ve Klynveld Main Goerdeler
KSS	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
LSD	Least Significant Difference
ÖVD	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı
s.	Sayfa
S.	Sayı
S.B.E.	Sosyal Bilimler Enstitüsü
SA	Social Accountability
SAI	Social Accountability international
SGS-ICS	Süpervise Gözetme Etüd Kontrol Servisleri- International cartification services
SPSS	Statistical Package For Social Sciences
ss.	Sayfalar arası
Ünv.	Üniversite
vb.	Ve benzeri
vd.	Ve diğerleri
YÖK	Yüksek Öğretim Kurumu
yy.	Yüzyıl

TEZ METNİ

BİRİNCİ BÖLÜM
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMINA YÖNELİK GENEL
BİLGİLER

1.1. SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI VE TANIMI

Son yıllarda gelişen teknoloji, kalite yönetimi, maliyet kavramlarının yanında sosyal sorumluluk kavramı da işletmelerde stratejik öneme sahip bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Ekonomide ve üretim anlamında önemli bir yere sahip işletmelerin sosyal ve çevresel sorunlara yol açmaları eleştirilmeye başlanmış bunun sonucu olarak da işletmeler kurumsal anlamda bir sosyal sorumluluk bilincine sahip olmaları zorunluk halini almıştır.

Toplumların ve işletmelerin aynı anda gelişmeleri, ortak sorumluluk ve birlikte yaşamın vazgeçilmezliği demektir. Sosyal hayatta aksayan yanlarının hep beraber düzeltilmesi için ortak sorumluluk üstlenmek gerekmektedir. Toplumsal işbölümünün gereği olarak belirli işleri belirli kurumlar yaparlar fakat imkan ve fırsatlardaki farklılıklardan, ya da ihmal, ileriye iyi görememe gibi sebeplerden dolayı bazı işler de aksaklıklar görülmektedir. Söz konusu aksaklıkların yasal bir görev olmamasına karşın gönüllü olarak yerine getirilmesi sosyal sorumluluğun özünü oluşturmaktadır.

Sosyal sorumluluk, işletmenin kendi çıkarları dışında toplumun varlığını kabul etmesi, temel görevleri dışında toplumsal sorunlarda ilgilenmesi, atacağı adımların sonuçlarını önceden düşünmesi, sorumlu davranışın temelini oluşturmaktır (Onay, 2003; 101-109).

Sosyal sorumluluk, işletmenin ekonomik faaliyetlerinin ilgili tarafların (hissedarlar, çalışanlar, tüketiciler ve tüm toplumun) hiç birinin menfaatlerine zarar verilmeden yönetilmesidir (Dinçer, 1991; 73).

Sosyal sorumluluk genel olarak bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, işletme içi çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine, insanların mutlu ve memnun etmesine yöneliktir (Eren, 1990; 110).

Bingöl'e göre sosyal sorumluluğu "işletmenin ahlaki değerleri temel alarak ekonomik ve hukuki şartlar çerçevesinde örgüt içi ve örgüt dışı ve grupların beklentilerine uygun bir şekilde faaliyetlerini sürdürmesini zorlayan sorumluluk duygusu" olarak tanımlamaktadır (Nalbant, 2005; 194).

Sosyal sorumluluk, toplumun refahını geliştirme, hiç değilse zedelememe sorumluluğudur (Can, 1991; 64). Şirketlerin sosyal sorumluluğu, şirketin bir görev veya zorunluluk dolayısıyla gerçekleştirmek zorunda olduğu faaliyetleridir (L'Etang, 1994; 117).

B.Caroll yaptığı araştırmalar sonucunda sosyal sorumluluğu üç sınıfa ayırmıştır. Bunlar; (Çelik, 2004; 3)

a) **Sosyal Zorunluluk:** Örgütlerin uymaları zorunlu olan yasalarda belirtilen kanunlar. Örneğin; kadın iş görenlerin doğumdan önce sekiz ve doğumdan sonra sekiz hafta olmak üzere toplam on altı haftalık süre için çalıştırılmamaları (4857 Sayılı İş Kanunu, 2003).

b) **Sosyal Tepki:** Örgütlerin toplumdan gelen talepleri gönüllü ya da gönülsüz bir şekilde yerine getirmeleridir.

c) **Sosyal Heveslilik:** Örgütlerin sosyal sorumluluk kapsamı içinde yer alan unsurları gönüllü olarak yerine getirmeleridir. Örneğin; örgütlerin okul inşa etmeleri, bilgisayar bağışlamaları, kız çocuklarını okula göndermek için yürütülen kampanyalara destek vermeleridir.

Tüm bu tanımlardan anlaşılacağı üzere iş ahlakını da içine alan ve işletmenin ilişkide bulunduğu bütün grupların çıkarlarını da gözeterek uygulanan bir işletme stratejisidir.

1.2. SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ ÇIKIŞ NEDENLERİ

Mal ve hizmet üreten tüm işletme ve kurumların sadece kendi amaçlarına hizmet etmeyip, kararlarında sadece kendi amaçlarını ilk planda tutmayıp kendi amaçlarının dışında kalan bazı toplumsal boyutları ele almaları gerektiğini savunan sosyal sorumluluk kavramlarını ortaya çıkmasının birçok sebebi vardır. Bunlar (Monsen 1973; 105);

- Devletin ekonomik yaşama müdahaleleri artmış ve bu müdahalenin sonucu olarak, işadaminin karşısına bazı sınırlamalar çıkmıştır.
- Nüfusun hızla çoğalması ve nüfus yoğunluğunun artması insanlar arasındaki ilişkileri yoğunlaştırmış, ancak işsizlik sorunu daha da önemli hal almıştır.

- Demokratlaşma ve insanileşme eğilimlerinin giderek güçlenmesi, bireyi daha güçlü hale getirmiştir. İnsan Hakları beyannamesi ile bireyin siyasi ve toplumsal gücü artmıştır.
- Birey çeşitli örgütlerin üyesi olmuş dolayısıyla örgütsel gücü artmıştır.
- Dünyanın iki bloğa ayrılması, uluslar arası ekonomik ve siyasi rekabetin beslenmesi, uluslar ve kurumların yönetilmesinde birtakım değişiklikler yaratmıştır.

Bütün bu değişiklikler yeni ihtiyaçlar doğurmuş ve yeni bir yetki ve sorumluluk anlayışı gelişmiştir. İşletme artık sadece teknik ve ekonomik kurum olarak değil, aynı sosyal nitelikleri bulunan bir kurum olarak görülmeye başlanmıştır. Teknik ekonomik anlayışına göre, işletme belli kazanç karşılığında mal ve hizmet üreten, bununla görevi bitiren kurumdur. İşletmeyi sosyal kurum sayan anlayış biçimine göre ise, işletme toplumun sosyal, ekonomik ve politik gereksinimlerine göre cevap verme sosyal sorunlarını çözmeye yardım etmek gibi çok geniş bir işlev ve görev yükümlülüğü altındadır (Ataç, 1982; 105-106).

1.3. SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞININ GELİŞİM SÜRECİ

Sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimi medeniyetler ve dinlerle başlamıştır. Eski medeniyetler incelendiğinde ticari faaliyetleri düzenleyen faktörlerin başında ahlak gelmiştir. Daha sonra toplumun adet ve gelenekleri, kuralları ve yasaları gelmiştir. Yunan düşünür Eflatun, yöneticilerin ekonomik sorunlarda genel yararı her şeyden önce üstün tutmaları gerektiğini ifade etmiştir (Engin, 1964; 30). Hristiyanlık ve İslam dinlerinde de özgürlük, tolerans, hoşgörü, eşitlik ve sosyal yönetim ilkelerinin toplumsal faydası büyük olmuştur (Özgener, 2004; 164).

Sosyal sorumluluk, 1800'lü yılların sonunda büyük şirketlerin sayılarının artmasıyla kavramsal olarak ortaya çıkmıştır (Halıcı, 2001; 12).

12 ve 18. yüzyıllar arasında kalan sanayi devrimi öncesi dönemde işletmecilik faaliyetleri bilimsel temellerden uzak, işletmeler ise küçük ölçekli, sipariş üzerine üretim yapan dükkan ve ticarethanelerden oluşmaktaydı. Ortaçağ boyunca ticari faaliyetlere ve ekonomiye din penceresinden bakılmış, yönetenlerin ve ticari faaliyetlerle uğraşanların sorumluluk anlayışları dini inançlarının etkisiyle şekillenmiştir. Bu dönemde ticarete sorumluluk, kişinin etik anlayışına, dini görüşüne ve vicdanına bağlı olarak ortaya çıkmaktaydı. Din aynı zamanda toplumsal normları ve

kuralları oluşturduğu gibi alım-satım ve ticaret hayatında da düzenleyici etkilerini göstermekteydi. Yine de dönem itibariyle kurumsal sosyal sorumluluk kavramından söz etmek pek mümkün değildir (Aktan, 2007; 23).

Merkantalist döneme kadar bu şekilde devam eden ortaçağ ticari yapısı merkantalizmle birlikte her ne kadar değişmeye başlasa da, kurumsal sosyal sorumluluk anlamında bir düşünce sistemi gelişmiş durumda değildir. Genel olarak 1500 ila 1800'lü arasındaki yılları kapsayan merkantalist dönemde hakim ticari görüş, bir ülkenin zenginliğinin sahip olduğu değerli madenlerle ölçüleceği şeklindeydi. Bu dönemde, fakirlere yardım etmek, işsizlere iş bulmak devletin görevi ve sorumluluğu olarak tanımlanmıştır (Savaş, 2000; 141).

Tarihin kaydettiği en önemli ekonomik bunalımlarından biri olan ve 1929 yılında patlak veren "büyük çöküntü" (Great Depression) Amerika Birleşik Devletleri ve Batı Avrupa'nın sanayileşmiş ülkeleri olmak üzere pek çok ülkede büyük oranda işsizliğe ve üretim kayıplarına yol açmıştır. Bu dönemle birlikte sosyal sorumluluk kavramındaki gelişmelerin hız kazandığı görülmektedir (Üstünel, 1994; 54).

1700'lü yıllarda batılı toplumların ulaştığı ekonomik refah boyutunun yanında çevre kirliliği ve ekolojik dengenin bozulması, etnik nedenlerden kaynaklanan sosyo-ekonomik dengesizlikler gibi sosyal sorunlar önemli bir ivme kazanmıştır. Bunun sonucunda, işletmenin sosyal sorumluluk anlayışında yaşam kalitesi olarak adlandırılan bir yaklaşım ortaya çıkmıştır. Yaşam kalitesi kavramıyla insanın, ekonomik, sosyal ve doğal çevresi içerisinde yaşam standartlarının bir bütün olarak en iyiye çıkarılması kastedilmektedir. İşletmeler; işletmenin çıkarları ile doğrudan ilgili olan taraflar ile başarılarından etkilenen topluma karşı sorumluluğa sahiptir (İşseveroğlu, 2001; 61).

1765'te James Watt tarafından icat edilen buhar makinesi ve bunun bir enerji kaynağı olarak üretimde kullanılması ve böylece fabrika düzenine geçilmesi, modern anlamda yönetim ve işletmecilik uygulamalarının da temelini oluşturmuştur. 1776'da Adam Smith'in Milletlerin Zenginliği isimli eseri ve son olarak 1789'da Fransız İhtilali sanayi devriminin tamamlayıcıları olarak sayılabilir (Ataman, 2001; 43).

Sosyal sorumluluğun ilk savunucusu Oliver Sheldon, Yönetim Felsefesi (The Philosophy Of Management) adlı kitabında, "İşletmenin yönetim prensipleri, toplumun sosyal faydası üzerine odaklanmalıdır" diyerek, 1. Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya

çıkan bilimsel yönetimin daha az olan insani unsurlarını modernize etme gereğini öngörmüştür. 1930-1940 yıllarında bu konuda öncülük eden Sheldon, işletmelerin faaliyet gösterdikleri çevre içindeki değişimi gözlemlemiş ve dev şirketler haline gelen işletmelerin karşı karşıya oldukları sorunların daha önce olmadığı kadar karmaşıklaşmaya başladığını fark etmiştir. Toplumun, işletmelerin topluma karşı bağlılık duymaları gerektiğinin bilincine vardığını gören Sheldon, yönetimlerin birincil sorumluluklarının topluma hizmet olduğu tezini geliştirmiştir (Özarslan, 2006; 5).

Sanayileşme ile birlikte ortaya çıkan işçilerin sömürülmesi ve fakirliğin artması olguları özellikle İngiltere’de özel bazı kuruluşların yardım faaliyetlerinin hızla örgütlenmesine neden olmuştur (Özgener, 2004; 164).

İkinci Dünya Savaşı sonunda yeni bir görünüme bürünen Dünyada artık üçüncü Dünya ülkesi ifadesi ile tanımlanan ve zor koşullar altında yaşayan bir çok insan bulunmaktadır. Sistem yaklaşımı ile işletmelerin çevresi ile etkileşimlerinin ve işletme üzerinde; çevrenin etkisinin anlaşılması, sonrasında durumsallık yaklaşımı ile farklı çevrelerin farklı yapılarıdaki işletmelere değişik etkilerinin olduğunun anlaşılması işletmelerin toplumsal taraflarla daha hassas ilgilenmesini gerektirmiştir. Ayrıca Dünya’nın aldığı yeni görünümde ülkeler arası yakınlaşmalar ve birlikte hareket etmeler söz konusudur (Börü, 2007; 24).

20.yy’ın son yarısındaki dönemde, kurumsal sosyal taahhüt fikri önem kazanmıştır. Bu sözleşme toplumun işletmeden beklentileri kadar işletmenin toplumdaki beklentilerini de dile getirmektedir. Kurumsal sosyal taahhüt bir firmanın dolaylı toplumsal yükümlülükleri ile ilgilidir ve vatandaşlarla devlet arasındaki karşılıklı yükümlülükleri gösteren “sosyal taahhüt”e benzemektedir. Ancak ekonomik sorumluluklara çok az odaklanmıştır. Sosyal süreç ve yaşam kalitesindeki ilerlemenin, ekonomik büyümenin bir ürünü olduğu varsayılmıştır. Bu anlayış, sosyal sürecin ekonomik süreçle eşit dengede değerlendirilmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Kurumların sosyal sorumlulukları ve daha geniş kapsamda onları topluma bağlayan yükümlülükleri olduğu fikri, 1950’lerde popüler olmuş ve 1970’lere kadar devam etmiştir. Belirli gruplar, feminist hareket, yeni halk, sosyal bilinci arttırmaya yönelik çalışmalara yönelmiştir. Bununla birlikte çevreciler, tüketici haklarını savunanlar, ırk

ayırımına karşı olanlar gibi özel çıkar gruplarının sesleri kamuoyunun daha fazla dikkatini çekmiştir (Uzkesici, 2005; 74).

2000’li yıllarda Mc. Williams ve Siegel, şirketin kendi çıkarları ve hukuksal zorunlulukların ötesinde yarattığı toplumsal faydayı sosyal sorumluluk faaliyeti olarak tanımlamaktadır. İşe alma politikalarında cinsiyet, ırk ve benzeri temelli ayrımcılık yapmıyor olması şirketlerin sosyal sorumluluk sahibi olduğunu göstermekten ziyade, yükümlülüklerini yerine getirdiğini göstermektedir. Daha önceki eğilimlerin aksine ve giderek artan bir şekilde şirketlerin hem finansal karlılığı hem de sosyal performansı hedeflediği görülmektedir. (Yamak, 2007; 84-85).

İşletmelerin ulaştığı dev boyutların toplumda yaptığı tahribatı önlemek amacıyla anti-tröst yasaların çıkartılması, çalışanlara daha insani haklar tanınması kurumsal sosyal sorumluluk boyutuna kanuni boyutun eklenmesi anlamına gelmiş ve bu yıllarda işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk karlı ve verimli olmanın yanı sıra kanunlarda yapılmış olan düzenlemelere de uymak şeklinde gerçekleşmiştir (Koçel, 2003; 225-226).

1.4. SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ GÖRÜŞLER

Sosyal sorumluluğun tarihsel gelişim sürecinde akademik ve genel politik yapı, sosyal sorumluluğun iki ters görüşünü ortaya koymaktadır. Bunlar; klasik ve sosyo-ekonomik (modern) görüştür. Klasik görüş, işletmelerin sadece kârların maksimize etme sorumluluğunu ifade eder. Sosyo-ekonomik görüş ise, işletmelerin sadece işletme karlar ile değil sosyal refahın artması ile de ilgili olmaları gerektiğini açıklamaktadır (Schermerhorn, 1993; 86).

1.4.1. Klasik görüş

Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımı işletmelerin, örgütsel amaçların dışında başka herhangi bir yükümlülüklerinin olmadığı düşüncesine dayanmaktadır (Çelik, 2007; 76).

Sosyal sorumluluğun aleyhinde olan görüşlerdir. Bu dar “hissedarlar” modeli, Friedman tarafından ortaya atılmıştır. Bu görüşe göre sosyal sorumlulukla (Schermerhorn, 1993; 86); işletmenin kâr düşüşüne, işletmenin maliyetlerinin

çoğalmasına, işletme amaçlarının sulandırılmasına, işletme için haddinden fazla sosyal güce, toplumda işletme sorumluluğunun eksilmesine neden olacaktır.

Klasikçiler işletme gelirlerinin daha da artmasını sağlamak için, karların dağıtılmayarak iç finansmanda kullanılması gerektiğini savunurlar (Onay, 2003; 105). Yönetici sosyal sorumluluğunu yerine getirirken bir başkasının parasını kullanmaktadır. Dolayısıyla sosyal sorumluluğunu yerine getirirken maliyeti müşteriye ödetmektedir. Yöneticinin sosyal sorumluluğu sadece hissedarlara, müşterilere ve çalışanlara olan sorumluluğu ile kısıtlıdır (Ay, 2003; 25).

Klasik görüşte her şey işletmenin insiyatifinde düşünülmekte, insana dolayısıyla toplum değerine hiç önem verilmemektedir. İşletmeyi esas alan bu görüşe göre en iyi sosyal fayda bir işletmenin kendi ekonomik amaçlarını en etkin şekilde gerçekleştirmesiyle sağlanmaktadır. Bu nedenle işletme yöneticisi hissedarların menfaatini en ön planda tutmalıdır. Zaten toplumda ortaya çıkan sorunların çoğuna yeterince kar elde edemeyen işletmeler sebep olmaktadır (Dinçer, 1998; 84). Klasik görüşlere göre şu hususlar söz konusu savlari desteklemektedir (Şimşek; Akgemici; Çelik, 2005; 392).

- Maksimum kar, toplumsal kaynakların en iyi şekilde kullanıldığını gösterir,
- İşletmeler ekonomik birimlerdir, sosyal amaçları gerçekleştiren birimler olarak düşünülemezler,
- İşletmeler, bireysel ve toplumsal yaşam ile değer yargılarına hükmeden kuruluşlardır be nedenle çok fazla güçlenmeleri sınırlanmalıdır.

1.4.2. Sosyo-Ekonomik Görüş (Modern Görüş)

1930'lu yıllardan bu yana bu anlayışta önemli değişimler olmuştur. Özellikle büyük işlemlerde yöneticiler, işletme sahipleri, hissedarlar, çalışanlar, müşteriler ve toplum gibi farklı çıkar gruplarının farklı ve hatta bazen bir birleriyle çelişen istek ve beklentileri arasında bir denge sağlama gereksinimi duymuşlardır. Bunun sebebi giderek yaygınlaşan sosyo-ekonomik yönetim felsefesidir. Bu felsefeye göre işletmeler faaliyette bulunurken yalnızca pazarın gereksinimlerini değil, sosyo-ekonomik çevrenin gereksinimlerini de dikkate almalıdırlar (Hatiboğlu, 1994; 98).

Modern sosyal sorumluluk yaklaşımı, işletmeleri “örgütsel amaçların çok ötesinde bir takım farklı toplumsal amaçlar yüklemektedir”. Modern sosyal sorumluluk yaklaşımına göre herhangi bir işletme; “yer altı veya yer üstü bir su kaynağına zehirli atıklarını bırakmamalı, ekolojik yapıyla barışık üretimlerde bulunmalı, iç ve dış çevrede yer alan tüm unsurları sosyal sorumluluk yönünde bilinçlendirmeli, kurum içi ve kurum dışı eğitim olanaklarını geliştirmeli, iş görenlerinin tüm sorunlarına duyarlı davranmalıdır” (Çelik, 2007; 77).

Modern görüş işletmelerin amacının hem toplumun önemli ve etkin üyeleri olarak toplumsal yaşam standardına ve genel refahı korumak ve iyileştirmek, hem de kar elde etmek olduğunu ileri sürmektedir (Özgener, 2004; 172). İşletmeleri sosyo-ekonomik kuruluşlar olarak ele alanlar sosyal sorumluluk kapsamında şu hususlara dikkat çekmektedirler (Çelik, 2007; 77):

- İşletmeler, sosyal yaşamın ayrılmaz unsurlarıdır. Bu nedenle toplumsal sorunlar ve çözümlerinde toplumun bir parçasını oluştururlar,
- İşletmeler, toplumsal sorunları ele alacak kaynaklara sahiptirler ancak toplumun yardımı olmadan kaynakların hepsini kullanamazlar,
- İşletme açısından çevre çok önemlidir. Bugün topluma yatırım yapan işletmeler yarının sürekli karını elde ederler,
- İşletmelerin gönüllü olarak yapamadıkları şeyleri, devletler yasal zorlamalarla gerçekleştirebilirler.

Modern görüşe göre sosyo-ekonomik kurumlar olarak görülen işletmeler sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır. Bu yüzden toplumsal sorunlar ve onların çözümlerinde toplumun bir parçasını oluşturmalıdır. Çünkü toplumsal sorunları ele alacak kaynaklara sahiptirler. Ancak toplumun yardımı olmadan kendileri bu kaynakların tümünü sağlayamazlar. Hepsinden önemlisi işletmeler açısından gelişmiş iyi bir toplum, iyi bir çevredir (Özgener, 2004; 173). İşletme yöneticileri sosyal yönden baskılara karşı genelde üç tür tepki geliştirmektedir (Şahin, 1996; 49):

- İşletmenin sosyal sorumluluk konusunda bilinçli olduğu imajını yaymaya çalışmak: Bu tam olarak sosyal sorumluluğu yansıtmamaktadır. İşletmeler sorumluluğa katıldığını ispatlamaya çalışırlar.

- İyi vatandaş- iyi işletme rolü oynamak: İşletmeler toplumun faydası için bir takım aktif girişimlerde bulunurlar.
- Sosyal yönden sorumlu bir işletme gibi davranma: Çoğu yönetici işletmesinin sadece kendi çıkarlarına göre hareket etmesine razı olmaz (Şimşek; Akgemici; Çelik, 2005; 393).

Klasik görüşlere kar olarak, sosyal sorumluluğun lehinde olan fikirleri ortaya koyan bu görüşe, Elton Mayo, Peter Drucker, Adolp Berle, J. M. Keynes gibi düşünürlerin çalışmalarında rastlanmaktadır. Bu kişilerin ileri sürdükleri farklı düşünceleri Thomas Petit iki grupta toplamaktadır (Eren, 1990; 112-113):

- Büyük işletmelerin sayısal olarak artması verimliliklerinin genişlemesiyle endüstriyel toplumda ciddi beşeri ve sosyal sorunları beraberinde getirmektedir.
- Sorunlara sebep olan kuruluşların yöneticileri gerekli tedbir ve çareleri almaları da zorunludur. Böylece işletme ya bu sorunları çözecek biçimde işletmesinin faaliyetlerini değiştirmek ve yönlendirmek zorundadır ya da bu sorunları en azından iyileştirecek ve zararların etkilerini azaltacak şekilde hareket etmelidir.

İşletmenin uzun dönem karlar, işletmenin sosyal sorumluluğunu destekleyen kamuoyu beklentileri, işletmenin geliştireceği imaj, herkes için daha iyi bir çevre için önemlidir. İşletmelerin daha fazla düzenlemeler karşısında oldukları da bilinmektedir. İşletmelerin elinde teknik, parasal ve yönetsel kaynaklar vardır. Bu nedenle zaman zaman karmaşık sosyal sorunlarının üstesinden gelebilirler ve gelmelidirler.

1.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI VE ÖLÇEĞİ

1.5.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin çalışmalarını sürdürürken bu çalışmaları etkileyen ve bu çalışmalardan etkilenen insanlara, kurumlara, topluma ve çevreye karşı duyarlı olması ve beklenen ihtiyaçları karşılaması olarak tanımlayabiliriz.

Kurumlar, sosyal yaşantının gereği olarak kurulur ve çalıştırılırlar. Bu nedenle içinde buldukları topluma karşı üstlendikleri çeşitli sorumlulukları da yerine getirmekle yükümlüdürler. Gerçekte, kurumlar bir toplumda faaliyette bulunmak ve

yaşamak amacıyla kuruldukları gün sorumluluklarını da kabul etmiş olurlar. Bu nedenle kurumlar, toplumun amaçlarına hizmet ederek ve değer ölçütlerine uygun politikalar belirleyerek faaliyetlerini yürütmek zorundadırlar (Tenekecioğlu, 1977; 47).

Amerika'da yapılan bir araştırmada tüketicilerin etik kurallara uygun olarak üretilmiş (çevreye saygılı, hayvanlar üzerinde denenmemiş) ürünlere daha fazla rağbet ettikleri tespit edilmiştir. Tüketicilerin bu yöndeki davranışları, toplumun gelişmişlik düzeyine bağlı olarak değişmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluklarının bilincinde olan şirketler yeni pazarlara girme ve müşteri sadakati sağlamada önemli avantajlar elde etmektedirler. Dünyada birçok fon ve kurumsal yatırımcılar, bir şirkete yatırım yapmadan önce, o şirketin sosyal sorumluluk konusundaki performansını değerlendirmeye başlamıştır (Mohr & Webb, 2005; 124).

İşletmelerin yerine getirmesi gereken dört temel sorumluluk vardır. Bunlar ekonomik sorumluluk (verimli ve karlı olmak), Yasal sorumluluk (kanunlara uymak), ahlaki sorumluluk (kanunların ötesinde toplumsal norm ve beklentilere uygun davranmak) ve gönüllü sorumluluk (toplumsal sorunların çözümü için gönüllü katkıda bulunmak)'tır. Kurumsal sosyal sorumluluk, doğrudan bu sorumluluklardan etik ve gönüllü sorumluluğu içerdiği gibi dolaylı olarak hepsini içermektedir (Argüden, 2002; 9).

Örgütlerin sosyal sorumlulukları, örgüt içi ve dışı olarak iki bölümde incelenebilir. Örgüt içi sorumluluklar, örgütteki tüm işgörenler, insan kaynakları yönetimi, üretimde kullanılan doğal kaynakların yönetimi gibi örgüt içi unsurları, örgüt dışı ise toplumu, örgüt dışı kuruluşları, küresel çevre unsurları gibi konuları içerir. Bu ayırım ile örgütlerin üst yönetimlerinin kar elde etme yükümlülüklerinin dışında, içerisinde buldukları çevre ve sosyal dengeyi korumak, refahı arttırmak gibi yükümlülüklerinde olduğu ortaya çıkmaktadır (Çakır, 2006; 3-4).

Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin daha iyi bir toplum ve daha iyi bir çevre için gönüllü olarak katkıda bulunmasıdır (Tatarı, 2003; 25). İşletmenin sosyal sorumluluğu, işletmenin ekonomik faaliyetlerinin topluma zararlı olabilecek etkilerini önlemeye yönelik; işletmeyi toplumun yaşamının daha iyileştirilmesi için katkıda bulunmaya zorlayan, toplumdaki değişime uyum sağlamaya yönelik amaçlar doğrultusundaki faaliyetleri kapsar (Ergin, 1992; 58).

Etkin “kurumsal sosyal sorumluluk” bilincine sahip en üst düzey yönetiminin bu konuda liderlik göstermesi, kendisi için bu kavramı ve paydaşları net olarak tanımlaması, bu konudaki faaliyetlerini sonuç odaklı olarak yürütülmesi ve yapılanlar hakkında şeffafça hesap vermesi beklenmektedir (Argüden, 2002; 11).

Kurumsal sosyal sorumluluk sahibi yada iyi bir kurumsal vatandaş olan kuruluşların, toplumsal amaçlara hizmet etmek ve içinde yaşadığı, bir parçası olduğu topluma, ülkeye ve dünyaya pozitif katkıda bulunmak kaygısı vardır. Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluk gereklerini yerine getiren şirketler iyi bir kurumsal vatandaş olarak anılmaktadır (Özarslan, 2006; 35-36).

Toplumsal sorumluluk kavramına önem veren şirketlerin yöneticilerinin de kendi davranışları ile ilgili olarak uymaları gereken önemli ilkeleri vardır. Birinci ilke, bu konumda olanların toplumun çıkarlarını kendi çıkarlarının önünde tutmalarıdır. Bu, üstlenilen pozisyonun herkes tarafından bilinen kayıtlı imkanlarının ötesinde bir mali çıkar sağlamamak demektir. Ancak, bunun ötesinde sadece kendisi için değil, yakın çevresi ve hatta kendisinin o pozisyona gelmesine katkıda bulunanlara da özel çıkar sağlanmaması demektir. Enron yöneticilerinin şirket faaliyet raporlarında belirtilmeyen ortaklıklarla şirketten özel imkanlar sağlamış olmaları, bu ilkenin açıkça çiğnenmesidir. Bu uygulama şirket hissedarlarının ceplerinden para çalmakla eş değer bir uygulamadır. Üçüncü ilke, tarafsızlıktır. Kamusal niteliği olan işlerde karar vericilerin gerek atamalarda, gerekse ihalelerde o işi en iyi yapacaklara verme yükümlülüğü bulunmaktadır. Bunun sonucu ise kurumsal başarısızlık ve toplumsal güvenin yitirilmesidir. Dördüncü ilke, hesap verebilirliktir. Bu konumlarda olanların kendilerini soruşturma ve araştırmaya açık tutmaları, gerek kendi çıkarları, gerekse yakın çevrelerinin çıkarları doğrultusunda değil, toplumsal çıkarlar doğrultusunda hareket ettikleri konusunda düzenli olarak hesap vermeleri onlara duyulan güveni artıracaktır. Beşinci ilke, şeffaflıktır. Bu ilke verilen kararların sebeplerini açıklama zorunluluğu demektir. “Verdimse, ben verdim” yaklaşımı değil, neyin neden yapıldığını açıkça kamuoyu ile paylaşma yaklaşımının benimsenmesi demektir. Bu konuda yeterince şeffaflık gösterilmemiş olması diğer hissedarların haksızlık yapıldı suçlamasına fırsat tanıyor. Altıncı ilke, açıklık ve dürüstlük. Yukarıdaki ilkelere uyum sağlamakla birlikte, kendileri veya yakın aile bireyleriyle ilgili olarak kendilerini çıkar çatışması görüntüsü verebilecek konumda bulunanların, bu durumu kendilerinin açıklamaları ve gerçekten

bir çatışma varsa kendilerini kararın dışında bırakmaları bu ilkenin esasını oluşturuyor. Yedinci ve son ilke, bu ilkeleri yaşayarak örnek olmaktır. Bu ilkelere uyan, kendilerini üstün nitelikli olarak görmeyen, tevazu sahibi liderler, hem üstlendikleri görevleri başarılarıyla ve toplumun güvenini kazanarak sürdürebiliyorlar, hem de kendilerinden sonra da kurumlarının geleceği için iyi birer örnek oluşturuyorlar (Argüden, 2007; 13-14).

Dolayısıyla Kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımını benimseyen bir işletme bir yandan kendi ürünlerini satın alan müşterilerinin isteklerini tatmin ederken, diğer yandan işletme faaliyetlerinden etkilenen toplumun beklentilerini de karşılamaktadır (Kelgökmen Ilıc, 2010; 307).

1.5.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeği

Kurumsal sosyal sorumluluğun çevreye toksik atıklar atan veya tüketicilere aldatıcı reklamlar yönelten “sömürücü” işletmelerden, sosyal değişimi misyonunun merkezine taşıyan “sosyal avukat” işletmelere doğru farklı düzeylerde oluştuğunu vurgulamıştır. Bu ölçeğe göre KSS işletmelerde 5 farklı düzeyde yaşanmaktadır. Bunlar:

Şekil 1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeği



Düzyey 1	Düzyey 2	Düzyey 3	Düzyey 4	Düzyey 5
Yasal Olmayan/ Sorumlu Olmayan	Uyumlu	Kısmen Uyumlu	Stratejik	Sosyal Avukat

Kaynak: JOHNSON, H. H. (2003), Does It Pay To Be Good? Social Responsibility and Financial Performance, **Business Horizons**, s.36).

Düzyey 1: Yasal Olmayan/ Sorumluk Sahibi Olmayan

Bu düzeyde işletmeler en azından belirli bir düzeyde yasalar tarafından belirlenen standartlara ve koşullara uyum göstermemektedirler. Bazı fabrikaların zararlı atıklarını yasalara uymaksızın çevreye salıvermesi, havagazı emisyonlarının azaltılması için filtrelerin kullanılmaması, bazı işyerlerinde çalışanların sosyal güvenlik

koşullarının sağlanmaması veya müşterilere yönelik aldatıcı ve yanıltıcı reklamların kullanılması bu düzeydeki işletme faaliyetlerine örnek olarak gösterilebilmektedir.

Düzyey 2: Uyumlu

Bu düzeydeki işletmeler ürün güvenliği, asgari ücret, eşit istihdam fırsatı, çalışan sağlığı, atık kontrolü gibi asgari düzeydeki yasalara ve düzenlemelere uyum göstermektedirler. Yasal düzenlemelerin dışında gönüllü olarak katıldıkları sosyal sorumluluk faaliyetleri bulunmamaktadır.

Düzyey 3: Kısmen Uyumlu

İkinci düzeyden daha fazla düzeyde yasal düzenlemelere ek olarak sınırlı sayıda KSS olarak nitelenebilecek faaliyetleri bulunmaktadır. İşletmenin çalışanların çocukları için bakım merkezi oluşturması, sosyal bir vakıfla topluma yönelik bir yardım kampanyası düzenlenmesi, kaliteli ürün üretilerek ISO 9000 gibi bir sertifikasyonun alınması örnek olarak gösterilebilir. Bu işletmelerin KSS faaliyetlerine katılımı stratejik düzeyden daha azdır. Bu düzeyde bulunan işletmeler sosyal bağlılıktan ve yarardan ziyade daha karışık ve sosyal yönü az olan amaçlara sahiplerdir. Örneğin nitelikli işgücünü örgüte çekmek için çalışan haklarını artırmak veya tamamen kişisel amaçla işletmenin sevdiği bir kuruma bağış yapması gibi.

Düzyey 4: Stratejik

Bu işletmeler stratejik performanslarını artırmak için birçok alanda faaliyet göstermektedirler. Faaliyet gösterdikleri alanların finansal performanslarını artıracığına dair inançları çok yüksektir. Bu düzeydeki işletmelerin en temel alanları insan kaynakları yönetimi, müşteri hizmetleri ve ürün/hizmet kalitesidir. Bu temel alanlarda başarı sağlamaya önem vermektedirler. Bunun yanında bu işletmeler çok yüksek seviyelerde etik politikalarına sahiptirler. Bu nedenle çevreye dost ürün üretimi, çevreyi koruyan üretim süreçleri, ISO 14000 standartlarına uyum, geri dönüşüm programları, yeşil ürünler gibi pek çok sosyal sorumluluk alanına önem vermektedirler. Aynı zamanda sosyal kurumlarla birlikte çalışma diğer hedef alanlarından. Böylece işletmeleri iyi bir komşu ve iyi bir vatandaş izlenimine sahip olacaktır. Sağlık hizmetlerinde bulunma, yol yapımı, trafik için destek verme ve sponsorluk bu düzeyde sıklıkla rastlanan faaliyetlerdir.

Düzey 5: Sosyal Avukat

Bu düzeyde işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerindeki temel amacı finansal sonuçların ötesinde “iyi olmak”tır. Bu amaç işletmelerin kar amacı gütmeyeceği anlamına gelmemelidir. Kar sağlamak, sosyal sorumluluk faaliyetlerindeki tek amaç değildir. Bu işletmelerin varlığını sürdürmelerinin temel amacı para kazanmanın çok ötesindedir. Para kazanmak için yaşamazlar, yaşamak ve amaçlarını gerçekleştirmek için para kazanırlar (Kelgökmen Ilıc, 2010; 311-312).

1.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMLARI

Kurumlar da insanlar gibi sosyal çevreye dahil olarak varlıklarını sürdürürler. Kurumlar yalnızca üretimini yaptıkları ticari ürünle değil, toplumsal beklentileri karşılayacak sosyal varlıkları ile de sorumludurlar. Günümüze kadar kurumlar sosyal sorumluluklarını oluşturmak adına bazı sınıflandırmalar yapmışlardır. Tüm bu sınıflandırmaların ortak yönü işletmelerin sosyal sorumluluk amacının ekonomik olmayan sorunları da kapsadığı görüşüne dayanmaktadır. Buna bağlı olarak üç temel kurumsal sosyal sorumluluk perspektifi ortaya çıkmıştır. Bunlar; gizli el yaklaşımı, devletçi yaklaşım ve yönetimci yaklaşımdır.

1.6.1. Gizli El Yaklaşımı

Bu yaklaşımı savunanların yada klasikçilerin başında gelen isim Milton Friedman'dır. Temel savunucusu Milton Friedman olmasına karşın kaynağını 18.yy.'dan Adam Smith'ten almaktadır.

Gizli el yaklaşımı ilk sosyal sorumluluk yaklaşımını şu şekilde ifade eder. Karlarını arttırmaya uğraşacaklardır (Halıcı, 2001; 13).

Sosyal sorumlulukta her ne kadar toplum refahını arttırmak düşünülse de bu yaklaşımda ekonomik bir kaygı vardır.

İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini yaparken belli bir çıkar veya kâr gözetip gözetmeyecekleri, diğer bir deyişle bu amaçla açık veya örtülü bir strateji izlemelerinin günümüzdeki işletme etiği ve genel etiğe uygun olup olmadığıdır (<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c8s13/makale>).

1.6.2. Devletçi Yaklaşım

Sosyal sorumluluk işletmelerin yasaların varlığında kar araştırmalarındaki rollerini ifade etmektedir. Toplumun ilgili taraflarına yasal ve politik süreçlerle yapılan düzenlemelerle, bir gizli elin vereceği hizmetten daha iyi hizmet verileceği ifade edilmektedir (Halıcı, 2001; 13).

1.6.3. Yönetimci Yaklaşım

İşletmeler ve yöneticilerinden sosyal refahın korunması ve yükseltilmesi konusunda işletmenin ekonomik çıkarlarına mümkün olduğu kadar uygun olan beklenen davranışlar üzerine kurulur (Halıcı, 2001; 13). Bu yaklaşıma göre, ne gizli el ne de devletçi yaklaşım sosyal konularda işletme liderlerine karar vermede genişlik vermektedir (Bartol ve Martin, 1994; 104).

1.7. İŞLETMELERDE SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI

İşletmelerin ilişkili oldukları bir çok sosyal sorumluluk alanları vardır. Bunlar, sosyal sorumlulukların sınırlarını veya kapsam ve konularını oluşturmaktadır. Sosyal sorumlulukların kapsamını şu şekilde sıralayabiliriz (Eren, 2000; 103-107):

- Sosyal sorumluluk kapsamına giren ilk konu, işletmenin ve onun yöneticilerinin, hissedarlara veya sermaye sahiplerine karşı olan yükümlülükleridir,
- Sosyal sorumluluk kapsamına giren ikinci konu, yakın çevreye istihdam olanaklarının teminidir, işe almada, cinsiyete, ırka ve sosyal sınıflara eşit davranılmalıdır,
- Tüketicinin korunması,
- İş ahlakına sahip olunmasıdır. Haksız ve aşırı karlar elde etme, rakip firma mallarını kötüleyici ve küçük düşürücü reklamlar yapma gibi iş ahlakına ters davranışlar sergilenmemelidir,
- Çevre kirliliğinin önlenmesi ve çevrenin yaşanabilecek bir ortam olarak korunması,
- İnsanlığa karşı duyulması gereken ihtiyari sorumluluklardır.

Yukarıda kısaca açıklanmaya çalışılan sosyal sorumlulukların kapsamını, genel olarak iki şekilde inceleyebiliriz. Bunlar, işletme içi sosyal sorumluluk ve işletme dışı sosyal sorumluluk şeklindedir. İşletme içi ve işletme dışı sosyal sorumlulukları da şu şekilde sıralayabiliriz: (Şener, 1996; 16-45):

1.7.1. İşletme İçi Sosyal Sorumluluklar

- İşletmelerin personeline önem vermesi,
- Personelin işe adaptasyonunu sağlama,
- Çalışma ortamının veya koşullarının, çalışana göre ayarlanması, iyileştirilmesi,
- Bireyin kişisel eğitimine ve kariyerine odaklanma,
- İşletmelerde iletişimi artırma ve yönetime katılma olanağının sağlanması. (Şener, 1996; 16-45).

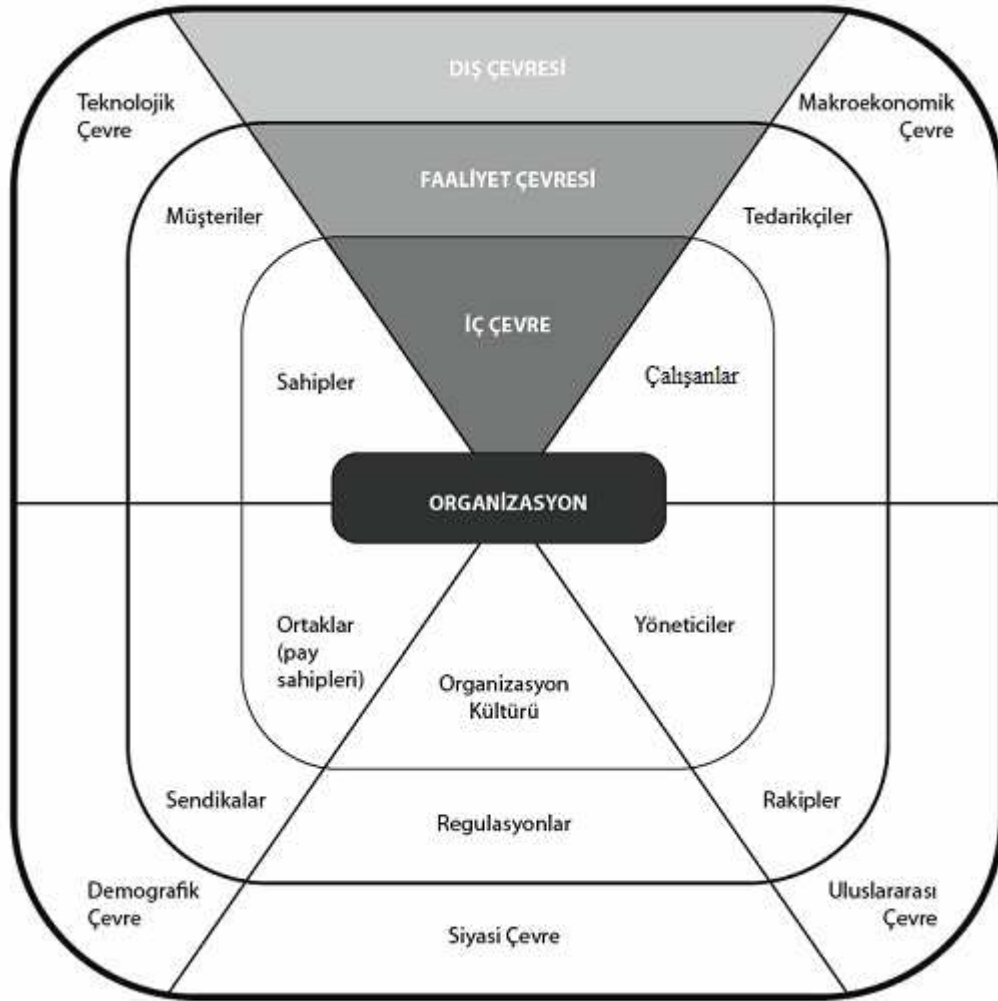
Hissedarlara, çalışanlara, yöneticilere karşı olan sorumluluklar işletmenin kurum içi sosyal sorumluluk alanı içerisinde yer alır. İşletmeler bu tarafların beklentilerini karşılarken işletmenin çıkarlarını da göz önünde bulundurlar.

1.7.2. İşletme Dışı Sosyal Sorumluluklar

- İşletmelerin iş ahlakına uymaları,
- Ürünün güvenliği bakımından, ürünü tüketiciye tanıtmaya,
- Tüketicileri bilgilendirme sorumlulukları,
- Fiyat belirleme bakımından sorumlulukları,
- Çevre kirliliğinin önlenmesi açısından sorumlulukları (Şener, 1996, 16-45).

Rakiplere, müşterilere, tedarikçilere, çevreye, topluma ve hükümete karşı sorumlulukları işletmenin kurum dışı sorumluluk alanı içerisinde yer alır. İşletme kurum dışı ilişkide olduğu tarafları memnun etmek için, kısa vadede maliyeti yüksek olsa da uzun vadede getirisi yüksek yatırım olarak düşünülmelidir.

Şekil 1.2. Çevresel Değişkenler ve Sorumluluklar



Kaynak; AKTAN, Can, (2007), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İGİAD Yayınları, İstanbul, s.15.

İşletmenin sosyal sorumluluk alanlarını açıklarken işletmeye ait olan paydaşlarından yola çıkılarak işletmenin çevresine göre değerlendirmek gerekir.

İşletmenin kendi iç çevresi denildiğinde bundan işletmenin sahip ve yöneticilerinin, çalışanların, işletme kültürünün analiz edilmesi anlaşılır. Faaliyet çevresi ise işletmenin faaliyette bulunduğu sektörde ilişkide bulunduğu kişi ve kurumları (müşteriler, tedarikçiler, rakip firmalar, kamu yönetimi vs.) kapsar. Dış çevre ise işletmenin kendi iç çevresi ve faaliyet çevresi dışında kalan alanı kapsar. Makro ekonomik ortam, uluslar arası çevre, kültürel çevre, teknolojik çevre, demokratik çevre dışsal çevrenin kapsamına girer (Aktan, Börü, 2007; 14).

1.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN ALANLARI

Kurumların paydaşlarına karşı üstlendikleri çeşitli sorumlulukları vardır. İşletmenin sosyal sorumluluklarını dört ana grupta toplayabiliriz: Ekonomik sorumluluklar, yasal (hukuki) sorumluluklar, ahlaki (etik) sorumluluklar, gönüllü (ihtiyari, sosyal, sağduyu) sorumluluklar.

Şekil 1.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

GÖNÜLLÜ SORUMLULUK
ETİK SORUMLULUK
YASAL SORUMLULUK
EKONOMİK SORUMLULUK

Kaynak: ÖZGENER, Şevki, (2004), *İş Ahlakının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım*, Nobel Yayınevi, Ankara, s.174)

1.8.1. Ekonomik Sorumluluklar

İşletmeler toplumun temel ekonomik birimleri olarak görülmektedir. Yine bakıldığında işletmelerin temel amaçları arasında maksimum kar elde etme, topluma hizmet etmek ve devamlılığını sağlamak gibi amaçlar da yer almaktadır.

Caroll'a göre ekonomik boyutun unsurları, hisse başına düşen kazançlarını artırmaya çalışmak, rekabetçi konumu devam ettirmek, üretim verimliliğini sürdürmek ve başarılı olan işletmenin daima kazançlı olan işletme olduğunu kabul etmektedir (Özgener, 2004; 175).

Novak'a göre ise yedi adet ekonomik sorumluluk bulunmaktadır (Özdemir, 2007; 10):

- Müşterileri gerçek değerinde mal ve hizmet üreterek tatmin etme,
- Yatırımcıların sahip olduğu fonların hakkını verecek şekilde kazanç elde etmek,
- Yeni iş alanları yaratmak,
- Yüksek derecede faaliyette bulunarak insanlara, ekonomik durumlarının düzeleceği hissini vermek,
- Yaratıcılığı teşvik etmek,

- Çoğunluğun hâkimiyetini önlemek için vatandaşların ekonomik çıkarlarını çeşitlendirmektir.

1.8.2. Yasal Sorumluluklar

Yasal çerçeve bir bakıma işletmeler için etik ilkeleri oluşturmuştur. İşletmeler ekonomik faaliyetlerini sürdürürken aynı zamanda belli yasaları ve kısıtlamaları da göz önünde tutmalıdır.

Toplum ve işletme yasal çerçevede bir anlaşmaya girerek işletmelerin ekonomik amaçlarını takip edebileceği konusunda anlaşmıştır. İşletmelerin ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirirken uyması gereken ilke ve değerler yasa koyucular tarafından oluşturulmuş olmaktadır (Ay, 2003; 38).

Sosyal sorumluluk piramidinde, ekonomik sorumluluklardan sonra yasal sorumlulukların gelmesi bir yandan tarihsel sürecin gelişimine işaret ederken diğer yandan da ekonomik sorumluluklar ile yasal sorumlulukların birbirine ne kadar bağlı olduğuna işaret etmektedir (Özarslan, 2006; 16).

İşletmelerin uymaları gereken yasalar, rekabeti düzenleyen yasalar, tüketiciyi koruyan yasalar, çevreyi koruyan yasalar ve eşitlik, güvenleri sağlayan yasalar ve hissedarlarla ilgili yasalar olmak üzere beşe ayrılır (Özgener, 2004; 177).

1.8.2.1. Rekabeti Düzenleyen Yasalar

Yasalar tarafından belirlenen haklı rekabet tüketici haklarını korur, onların aldatılmasını önler, kaliteli ve ucuz malın piyasaya sürülmesini sağlar. Bu kurallar çerçevesinde hareket etmek işletmenin sosyal sorumlulukları arasında sayılır (Özgener, 2004; 177).

1.8.2.2. Tüketiciyi Koruyan Yasalar

Uluslar arası tüketici birlikleri örgütü tarafından ilan edilen sekiz tüketici hakkı bulunmaktadır:

- Temel gereksinimlerin karşılanması hakkı
- Tüketicinin sağlık ve güvenliğinin korunması hakkı
- Bilgi edinme hakkı

- Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması ve geliştirilmesi hakkı
- Örgütlenme ve temsil edilme hakkı
- Tüketicinin zararlarının giderilmesi hakkı
- Eğitilme hakkı
- Sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı

İşletmeler bu yasaları göz önünde bulundurmaları gerekmektedir.
(www.turkhukuksitesi.com)

1.8.2.3. Çevreyi Koruyan Yasalar

Çevresel problemlerin önlenmesi ve çözümlenmesi amacıyla 1983 yılında çıkarılmıştır. Özgener'e göre çevrenin korunması, doğal kaynakları daha etkin kullanan teknolojilerin seçiminin iyi yapılması, su, toprak, hava kirliliğinin önlenmesi, doğal ve tarihi dokuların korunması gibi konularda yapılacak ve uygulanacak yasal düzenlemeleri içermelidir (Özgener, 2004; 183-184).

Sanayileşme ve teknolojik gelişmenin çevre bilinci olmaksızın hızla yükselmesi kentleşme sorununu ve çevre kirliliğinin giderek artmasıyla toplumsal kaygı yaratarak çevrenin korunması konusunda işletmelere sosyal sorumluluklar yüklemiştir (Bayrak, 2001; 105).

1.8.2.4. Eşitlik ve Güvenliği Sağlayan Yasalar

Küreselleşme süreciyle birlikte işletmelerin çalışanları ile ilgili dikkate alması gereken bazı eşitlik ve güvenliği sağlayan yasal sorumluluklar ortaya çıkmıştır.

Uluslar arası çalışma örgütü tarafından oluşturulan çeşitli düzenlemelere göre işletmeler aşağıdaki koşullara uymak zorundadırlar (Şimşek, Akgemici, Çelik, 2005; 383-384).

- Çocukların çalışma yaşı ve saatleri; 1-15 yaşın arasında çocuk iş gören çalıştırılmaz. Bu yaşın üzerindeki çocuk iş gören eğer okula da devam ediyorsa, iş için harcayacağı toplam zaman günde (iş, okul ve ulaşım dahil) 10 saati geçemez.

- Zorla çalıştırılan iş gören; işletme zorla iş gören çalıştıramaz veya iş görenlerin kimliklerini ya da belli bir depoziti işletmeye bırakmalarını isteyemez.
- Sendika kurma ve toplu pazarlık hakkı; iş görenler sendika kurma, sendikaya katılma ve toplu pazarlık hakkına sahiptirler.
- Çalışma saatleri; iş görenler haftalık 48 saatten fazla çalıştırılmaz. Kısa dönemli olağanüstü iş koşulları hariç fazla mesailer haftalık 12 saati geçemez.
- Maaş ve ücretler; ücretler en azından ülkenin asgari ücret seviyesinde ve personelin temel ihtiyaçlarını karşılamaya yetecek düzeyde olmalıdır.
- Sağlık ve güvenlik; işletme sağlıklı bir çalışma ortamı sunmak, kaza ve yaralanmalara önlem almak, sağlık ve güvenlik eğitimini vermek, temiz sağlık merkezleri ve içilebilir su sağlamak zorundadır. Doğum ve süt izni gibi konularda yasal düzenlemelere uymak zorunludur.
- Ayrımcılık ve disiplin uygulamaları; iş görenler cinsiyet etnik köken v.b nedenlerden dolayı farklı muameleye tabi tutulamaz ve iş görenlere dayak, küfür v.b fiziksel ve psikolojik baskı uygulanamaz. Belli oranda sakat ve eski hükümlü çalıştırmak zorunluluğu vardır.

Sonuç olarak işletmelerin çalışanlara karşı yerine getirmesi gereken yasal sorumlulukları; çalışma yaşı, çalışma saatleri, sendika kurma, ücretler, sağlık ve güvenliği sağlama ve ayrımcılık gibi konularda yasalara uymak zorundadırlar.

1.8.2.5. Hissedarlarla İlgili Yasalar

Hissedarların hakları Türk Ticaret Kanunu'nda yönetim ve temsil hakkı, denetleme hakkı, bilgi alma hakkı, toplantıya katılma hakkı, azınlık hakları ve sorumluluk davası açma hakkı olarak belirtilmiştir. İşletmelerin sermaye sahiplerine karşı olan sorumluluğu kar sağlamak şeklindedir. İşletmenin hisse senetlerinin değer kazanmasını sağlamakta hissedarlarına karşı yerine getirilmesi gereken bir diğer sorumluluktur. İşletme, hissedarlarına güven vermek, onların haklarını korumak ve dolayısıyla onların sermayelerini işletmeden çekmelerini önlemek sorumluluğuna sahiptir (Özgener, 2004; 200).

1.8.3. Ahlaki Sorumluluklar

Ekonomik ve yasal sorumluluk kavramları hak ve adalete ahlaki(etik) düzenler çerçevesinde değindiği söylenebilir.

Yasal sorumluluklar ile yasalarda yer almasa da toplumun işletmelerden beklediği doğru ve adil davranışları kapsamaktadır (Ay, 2003; 38).

İşlemelerde sosyal sorumluluğun ahlaki bileşenleri şunlardır (Özgener, 2004; 188):

- Sosyal normlarla tutarlı bir tarzda işi yürütmek,
- Toplum tarafından benimsenen yeni veya gelişen ahlaki normların kabul etmek onlara saygı duymak,
- İşletmenin amaçlarını başarmaya çalışırken, ahlaki normlardan fedakarlık etmenin önüne geçmek,
- İyi bir vatandaş olarak işletmeden ahlaki açıdan ne beklediğini açık bir şekilde tanımlamak,
- İşletmede dürüstlük ve ahlaki davranışın, yasalar ve düzenlemelere itaatin daha ötesine gittiğini kabul etmek.

İşletmelerin ahlaki sorumluluklarının kapsamı şunlardan oluşmaktadır: çalışanlara karşı ahlaki sorumluluklar, tüketicilere karşı ahlaki sorumluluklar, hissedarlara karşı ahlaki sorumluluklar, tedarikçiler ve rakiplere karşı ahlaki sorumluluklar, doğal çevreye karşı ahlaki sorumluluklardır.

1.8.3.1. Çalışanlara Karşı Ahlaki Sorumluluklar

Küreselleşen dünyada rekabet etmeye çalışan işletmeler, çalışanlar için yatırımlarını artırmasını sosyal sorumluluk kavramını dikkate alması olarak değerlendirilmelidir. İşletmeler yıllarca çalışanlarını sadece gider olarak görmekten vazgeçmiş ve işletmenin gelişmesinin çalışanların gelişmesine bağlı olduğunu anlayarak sosyal sorumluluk kavramını kabul etmiştir.

Sosyal sorumluluğa sahip işletmelerin yönetim uygulamaları ve insan kaynakları uygulamaları genellikle orta kademe yönetimin ve iş görenlerin güçlendirilmesi, şirket genelinde daha iyi iletişim, iş, aile ve boş zaman arasında daha

iyi denge, daha büyük iş gören çeşitliliği, sürekli eğitim, öğretim ve istihdam edilebilirlik ve iş güvencesini kapsamaktadır. İşletmeler aynı zamanda kar paylaşımı ve hisse sahibi olmanın motivasyon ve üretkenliği artırdığını ve işgücü devir oranını azalttığını fark etmektedir (Yüksel, 2006; 350).

İşletmelerin çalışanlara karşı olan ahlaki sorumlulukları arasında şunlar yer almaktadır (Özdemir, 2007; 17-18):

- **Çalışma hakkına saygı gösterme sorumluluğu:**

İşçiler, hiçbir zaman kendilerini dışlayan ve yapmak istemedikleri işleri kabul etmek için zorlanmamalıdır.

- **Adil ücret ödeme sorumluluğu:**

Çoğu ülkede, yasalar tarafından belirlenen minimum ücret, adil bir ücretin ilk belirtisidir. Ücretler bu sınırın altına düşerse etik dışı bir ücret politikası söz konusu olacaktır. Ayrıca yöneticiler ücretleri belirlerken, gerek bireysel sözleşmelerde gerekse toplu iş sözleşmesi görüşmelerinde hile, baskı, zorlama, tehdit ve aldatma gibi etik dışı davranışlara yönelmemelidir. Sonuç olarak tarafların adil ücrette anlaşmaları, birbirlerine karşı etik sorumluluklarıdır.

- **İşçilerin dernek (sendika) kurma ve grev yapma hakkına engel olmama sorumluluğu:**

Belirli bir sektörde, bölgede ve işletmede çalışan işçilerin çıkarlarını yükseltmek etik bir amaçtır. Sendikalar, işçilerin çıkarını korumak ve yükseltmek amaçlı olarak kurulmaktadır. Grev hakkı ise sendika hakkının devamıdır. Yöneticilerin sendika kurma ve grev hakkına saygılı olup bu hakkı kısıtlama yoluna gitmemesi ise etik sorumluluğun gerekliliğidir.

- **Özel hayatın gizliliği hakkına saygılı olma sorumluluğu:**

Çalışanların kendilerine ait bilgileri ve bu bilgilerin kullanılabileceği durumları kontrol etme hakkı özel hayatın gizliliğinin temel koşuludur. İşletmelerin ise çalışanların özel hayatına saygılı olması, ahlaki sorumluluklarını yerine getirmelerinin bir gereğidir (Aydemir, 2007; 101).

- **Güvenli ve sağlıklı koşullar yaratma ve çalışma hayatının kalitesini yükseltme sorumluluğu:**

Çalışanların temel hakkı, sağlıklı ve güvenli koşullarda çalışmaktır. Bu ortamı yaratmakta yöneticilerin sorumluluklarındandır. Ancak günümüzde çalışanların beklenti ve ihtiyaçları; işyerinde güvenli ve sağlıklı koşullar yaratmanın ötesine geçmiştir. Çalışanlar artık aile hayatıyla iş hayatını dengeleyecek koşullara daha fazla ihtiyaç hissetmektedirler. Buna örnek olarak kadın çalışanların doğum izni ve kreş gibi istek ve ihtiyaçlarına saygı gösterilmesi, esnek çalışma saatleri yaratılması örnek verilebilir (Özdemir, 2007; 18).

- **Çalışanlar arasında ayrımcılık yapmama sorumluluğu:**

İşgörenler cinsiyet, etnik köken vb. nedenlerden dolayı farklı muameleye tabi tutulamaz ve işgörenlere dayak, küfür vb. fiziksel ve psikolojik baskı uygulanamaz (Aydemir, 2007; 101).

- **Çalışanların kararlara katılma hakkını sağlama sorumluluğu:**

Çalışanların bilgi ve görüşlerinin alınması, yönetimle işbirliği, ortak karar alma, kâr paylaşımı, işletmenin sermayesine finansal katılım ve benzeri hakları, şu temel sorunun farklı boyutlarıdır: Çalışanlar genel olarak işletmeyi kontrol hakkına sahip midir? Buradaki “kontrol” kavramının iki farklı anlamı vardır. Birincisi karar alma sürecine katılım (yapısal katılım), ikincisi de üretim sürecine maddi katılımdır (finansal katılım). Bir işletmede çalışanların yönetim kararlarına katılma (participation) hakkının olduğunu savunanlar, şu görüşü öne sürmektedirler. İşletmeler de bir demokratik devlet yönetimi gibi yönetilmelidir. Demokratik bir politik gelenekte, hükümet kararlarında halkın rızasının ve onayının olması konusu genel olarak kabul edilmektedir. Çünkü bireyler kendilerini etkileyen politik kararlara katılma hakkına sahiptirler. Bu nedenle kararlar iki şekilde alınmalıdır. Birincisi grubu etkileyen kararlar, üyelerin çoğunluğu tarafından alınmalıdır. İkincisi de kararlar özgür, açık ve tam anlamıyla tartışıldıktan sonra alınmalıdır (Şimşek, 1999; 70).

- **Çalışanların özgürce konuşma hakkı:**

Çalışanların özgürce konuşma hakkı kapsamına özgürce yöneticilerini eleştirebilmeleri veya yöneticilerin ahlak veya kanun dışı uygulamalarını üstlerine veya

işletme dışındaki kurumlara bildirebilmesidir. Yöneticilerin çalışanlara düşüncelerini özgürce açıklayabilmeleri için uygun ortam yaratması, çalışanlara karşı ahlaki sorumluluğudur (Özdemir, 2007; 18).

1.8.3.2. Hissedarlara ve Yatırımcılara Karşı Ahlaki Sorumluluklar

Hissedarlara karşı sorumluluklar arasında hesapların doğru tutulması, kar ve zararın doğru ve gerçekçi olarak hesaplanması, yeni sermaye elde etme adına karın olduğundan fazla veya bazı açıkları kapatma adına olduğundan daha düşük gösterilmesi, yatırımlar, faaliyetler ve geleceğe dönük planlar bakımından pay sahiplerine gerçek dışı, eksik ya da yanıltıcı bilgiler verilmesi gibi hususlar sayılabilir (Torlak, 2006; 59).

İşletmelerin temel kurulum amacı göz önünde bulundurulduğunda, işletmenin sermaye sağlayan pay sahiplerine karşı sorumluluklarına dikkat etmesi gerekmektedir. İşletmeler pay sahiplerine karşı sorumluluklarını yerine getirmezler ise pay sahipleri işletmeden desteklerini çeker bu da işletme faaliyetlerinin sekteye uğramasına yol açar.

1.8.3.3. Tedarikçiler ve Rakiplere Karşı Ahlaki Sorumluluklar

Tedarikçiler de firmanın gelişmesinde önemli yer tutarlar. Tedarikçiler, sadece işletmeye mal ve hizmet sağlayan işletmelerle sınırlı değildir. İşletmeye yetişmiş eleman sağlayan meslek okulları, sigorta hizmetlerini yerine getiren işletmeler, para ve kredi temin eden finans kuruluşları ve bunlara benzer işletme faaliyetlerinin yürütülmesine destek olan diğer işletme ve kurumlar da tedarikçiler kapsamına girmektedir. Tedarikçilerin işletme açısından önemi, işletmeye sağladıkları materyaller, hizmetler vb. ile işletmenin kaliteli üretim yapmasında ve bu şekilde rekabet gücünü arttırabilmelerinde etkin rol oynamalarından kaynaklanmaktadır (Aktan, Börü, 2007; 16-17).

İşletmenin rakipleriyle olan ilişkilerinde piyasa koşullarına etkisi oldukça fazladır. Bu noktada özellikle, haksız rekabet, rakiplerin karalanması, rakipler ile ilgili gizli bilgilerin sızdırılması, rakiplerin çevreye ve insan sağlığına zararlı uygulamaları ya da ürünlerine göz yumulması, gizli fiyat anlaşmaları, bazı rakipleri pazardan kovma uygulamalarına girişilerek tüketicilerin mal ve hizmetleri daha yüksek fiyatla elde etmeye zorlanması v.b çok sayıdaki husus rakiplerle ilgili sosyal sorumluluklar arasında yer almaktadır (Torlak, 2006; 58).

1.8.3.4. Tüketicilere Karşı Ahlaki Sorumluluklar

Son yıllarda müşteri profilindeki değişimler müşteriye işletmenin en önemli bileşeni haline getirmiştir. İşletmeler önceleri müşteriye kandırıp ürün almalarını sağlamaya çalışırken şimdi müşteri bağlılığı, memnuniyeti gibi unsurlarla müşteriye, işletmenin sadık müşterisi haline getirmeye çalışmaktadır. İşletme sadık müşteri profili oluşturmaya çalışırken kaliteli ürün, kaliteli hizmet, sağlığa ve doğaya duyarlı ürünler üreterek uzun vadede bu çizgiyi yakalamaya çalışmaktadır.

Sosyal kapsamlı iki alan tüketicilerin dikkatini çekmektedir. Bunlar; sağlıklı-güvenli ürünler ve kalitedir (Bartol and Martin, 1994; 106-107).

Ürünün güvenli, iyi ve sağlığa uygunluğu; ürünü tanıtmak, onun hakkında tüketiciyi bilgilendirmek, ürünlerin hangi hammaddelerden yapıldığı, herhangi bir tehlike arz edip etmediği, nasıl kullanılacağı hakkında prospektüsler, kullanma kılavuzları ve etiketler hazırlamak, bunları ürünün üzerine tutturmak veya ambalajının içine yerleştirmek gerekmektedir. Kalite konusunun gelişimi her geçen gün hız kazanmaktadır. Özellikle, alıcı kendine sunulan mal veya hizmetten memnun olmadığı takdirde nasıl bir mekanizma ile işletmeye şikâyetlerini bildirecektir. Ne tür ve ne kadar süreli garantiler verilecektir. Satış sonrası hizmetten nasıl yararlanacaklardır ve bu tür bilgiler tüketicilere nasıl ulaşacaktır. Tabii ki, bu tür çalışmalar, satış artırma çabalarına destek olacak bir sorumluluk konusu da sayılabilir (Eren, 1990;:115).

1.8.3.5. Doğal Çevreye Karşı Ahlaki Sorumluluklar

Küreselleşen dünyada insanoğlunun doğal çevreye karşı tutum ve davranışlarının sosyal sorumluluk çerçevesinde daha bilinçli hale dönüşmesi ve gelişmesi gerekmektedir.

Bugün insanoğlu, başta hava kirliliği, su kirliliği ve gürültü kirliliği olmak üzere açlık, susuzluk, canlı türlerinin yok olması, küresel ısınma ve iklim değişimi, ozon tabakasının incilmesi ve delinmesi gibi sorunlarla karşı karşıyadır. Bu sorunların ortaya çıkmasında; üretim sonucu ortaya çıkan katı atıkları, kirli suları, emisyonları hiçbir filtreleme işleminden geçirmeyen işletmeler kadar bilinçsiz davranan insanlar da sorumlu görülmektedir (Karahan, 2006, 17). Ahlakın çevreyle ilgili tartışmalara girmesi ve çevre ahlakının yeni bir dal olarak ortaya çıkması insan-doğa arasındaki uyumu yeniden kurmaktan başka bir şey değildir. Ülkemizde çevre konusuna felsefi bir açıdan

eğilen ve aslında felsefecilerin konuyu ihmal ettiklerini ifade eden diğer bir filozofumuz ise Ömer Naci Soykan'dır. Soykan da çevrenin sadece ekolojinin bize tanımladığı şekliyle algılanmasını eksik bulur. Bu bağlamda kullanılan "ekosophie" (çevre bilgeliği) kavramı yerine "kosmosophie" (evren ya da dünya bilgeliği) kavramını teklif eder. (<http://www.genbilim.com>).

Organizasyonda çevre ahlakı konusunda yazılı ahlak kuralları ve kodları oluşturulmalıdır, çevre ahlakı konusunda "ahlak standartları" belirlenmeli ve bu standartlara uygun hareket edilmelidir. Lider ve üst yönetimin organizasyonda çevre ahlakının tesis edilmesi konusunda kararlı ve inançlı olması gereklidir. Organizasyonda üst yönetim tarafından çevre ahlakı konusundaki çalışmalarını izlemek üzere bir "Ahlak Kurulu" oluşturulmalıdır. Ahlak kültürü'nün uzun dönemli olarak kurumsallaşması gereklidir. Organizasyonda çevre ahlakına yönelik davranış ve eylemler takdir görmeli ve ödüllendirilmeli; buna karşın çevre ahlakına uygun olmayan davranışlar kınanmalı, gerekirse cezalandırılmalıdır. Organizasyonda ahlak konusuna önem verildiği açık olarak hissedilmelidir. (Örneğin, organizasyonda çevre ahlakına yönelik afiş ve sloganlar asılmalıdır.). Çevre ahlakı konusunda çalışanlara sürekli eğitim sağlanılmalıdır. Organizasyon, üretimde bulunurken "çevre dostu teknolojiler" kullanmaya özen göstermeli ve doğada kendiliğinden yok olacak malzemeler kullanmaya özen göstermelidir, havaya, suya, toprağa ve üzerinde yaşayan insanlara ve diğer canlılara zarar verecek maddelerin biyosfere atılmasını azaltacak önlemler alınmalıdır. Atıkların azaltılmasında geri dönüşüm (recycling) yoluyla eski maddelerin tekrar kullanımı sağlanmalıdır. Yenilenemez nitelikteki doğal kaynakların çok dikkatli bir şekilde kullanımı için önlemler alınmalıdır. Su, toprak ve orman gibi yenilenebilir doğal kaynakların ise, uzun süre kullanımı için dikkatli planlama yapılmalıdır. Çalışanlara ve içinde faaliyet gösterilen topluma yönelik olarak çevre konusunda ciddi önlemler alınmalıdır. İşletme faaliyetlerinden olumsuz etkilenmemesi için açık alanların ve biyolojik çeşitliliğin devamı için çaba gösterilmelidir. İşletmede çalışanlara ve çevreye zarar vermemesi için güvenli teknolojilerin kullanımına özen gösterilmeli ve riskleri azaltıcı önlemler alınmalıdır (<http://www.canaktan.org/>).

1.8.4. Gönüllü Sorumluluklar

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramından sonra, “Gönüllülük” en çok konuşulan kavramlardan biri olmaya başladı. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ruhunun ve prensiplerinin olduğu bir şirkette iş ve sorumlulukların yerine getirilmesi aşamasında, gönüllülük, çalışanların da bireysel sorumluluklarını gerçekleştirebilecekleri bir fırsattır. Üstelik, şirketin çalışanlarına “toplumdan aldığını topluma verme” ve “sorumluluk” bilincini verebilmeleri için fırsat veriyor olmaları, hedeflenen ideal kurum kültürü için de önemli bir ortamdır.

Gönüllü sorumluluk, işletme ve yöneticiler için bir zorunluluk ifade etmeyen ancak işletmenin toplumda oluşturduğu iyi niyeti güçlendiren ya da işletmenin bulunduğu çevre tarafından iyi yurttaş olarak algılanmasına katkıda bulunan bir sosyal sorumluluk boyutu olarak önem taşımaktadır. Bu çerçevede ekonomik ve yasal sorumluluklar sosyal olarak istenendir, etik sorumluluklar sosyal olarak umut edilir, gönüllü sorumluluklar ise arzu edilir (Çerik ve Özarıslan, 2008; 593-594).

Toplumsal sorumluluk bilinci yüksek çalışanların olduğu bir şirkette, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ilkelerinin daimi olmaması ya da sadece zorunluluk olarak yerine getiriliyor olması söz konusu olmayacaktır. Şirketin tüm yönetim kademelerinin gönüllülük çalışmalarını desteklemesi ve kurum takım çalışmalarında etkin olmaları gibi sayılabilir. KSS Projelerine –Sosyal Sorumluluk Projeleri ya da Toplumsal Projeler gibi farklı tanımlamalar da yapılıyor- çalışanların katılımının sağlanması bizi yine Gönüllülük ile buluşturuyor. KSS Projelerinin kurum içinde sahiplenilmesi, çalışanların da dahil edilmesi ile mümkün oluyor. Kurumsal Sosyal Sorumluluk projelerinde işbirliği yapılan sivil toplum kuruluşlarının da çalışanları dahil eden fırsatlar sunması, projenin etkinliğine ve başarısına katkı sağlamaktadır. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerine gönüllü katılımının ek iş ve maliyet olarak görülmesi daha başlarken proje yöneticilerini yıldırabiliyor. Ancak iyi kurgulanmış bir içerik ile çalışanların projeye katılımı mümkün olabiliyor. Örneğin, eğitim alanındaki bir KSS projesi içinde, çalışanların kendi beceri, yetenek ve kariyerlerini paylaşma fırsatı bulmaları, kadınların girişimciliğini destekleyen bir projede belirlenen konularda dahil olmaları, çevre konusunda gereken eğitimleri alarak projenin dışında kalmamaları ve projeye uyumlu

gönüllülük seçeneklerine dahil olmaları sanıyorum her görüşü projenin başarısının artacağı konusunda buluşturacaktır (<http://www.kurumsalsosyal.com>).

Gönüllülüğün şirketlere yararları şunlardır:

- Şirketlerin dürüstlük ve güvenilirliğine katkı
- Toplum gözünde kurum itibarına katkı
- Kalifiye insan kaynağının kazanılmasına katkı
- Çalışanların gözünde kurum itibarı-bağlılık ve üretkenliğin artması,
- Sosyal konuların kurumsal kültüre entegrasyonunun sağlanması,
- Kurum mesajının dağılımı için çalışanların “Elçi” olarak değerlendirilmesi ile inancın artması.
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin çalışanlar tarafından sahiplenilmesi ve sürdürülebilir olmasıdır.

Özel sektör gönüllülüğünün topluma faydaları şunlardır;

- Toplum için nitelikli sosyal hizmet, sosyal fayda,
- Özel sektörün kalifiye çalışanlarının beceri ve yeteneklerini aktarılması,
- Toplumsal hizmetlere ayrılan bütçelerde tasarruf,
- Toplumsal sorunların gündeme gelmesini ve kısa sürede çözümlenmesi.
- Çalışanlar fikir liderleri ve rol modelleri olarak, toplumda çarpan etkisi sağlaması,
- Toplumda gönüllülük bilincinin artmasını sağlanması (<http://www.kalder.org.tr/>).

1.9. SOSYAL SORUMLULUK STANDARDI

Uzun yıllardan beri araştırmalara konu olan ve rekabet ulusal olmaktan çıkıp küresel hale gelince sosyal sorumluluk kavramı üzerinde yapılan çalışmalar doğrultusunda işletmelerin çalışma normlarında bir zorunluluğa uyulması gerektiği saptanarak sosyal sorumluluk standartlarına uyulması gerektiği ortaya çıkmıştır.

“Sosyal Sorumluluk” kavramı yeni değildir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde görülen çocuk işçiler çalıştırma, zorla işçi çalıştırma ve kötü çalışma koşullarında çalıştırma gibi konularda yıllardır uluslararası kuruluşlar, sendikalar, insan hakları ile ilgili kuruluşlar işyerlerine baskılarını sürdürmektedirler.

Sosyal Sorumluluk, işletmelerin faaliyet gösterdikleri ülkeye, tüm insanlara, doğaya, eğitim, kültür, bilim ve sanat, toplumsal yaşama hizmet etmek, bireylerin, toplumun ve çevrenin zarar görmemesi için çalışmalar yapmak ve yapılan çalışmalara destek vermek demektir.

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki çalışma koşullarının kötülüğü, çeşitli toplum kuruluşlarının baskısı gelişmiş ülkeleri insan hakları konusunda duyarlı hale getirmiş bu konuda çalışmalar yapma zorunluluğu hissetmeleri sonucunda, işletmelerin sosyal sorumluluklarını yetirmek için oluşturmaları gereken sistemi tanımlayan ve bu konuda performanslarını ölçmede de yararlanılabilecekleri bir standart oluşturmalarını sağlamıştır (<http://www.bildirgec.org/yazi/sosyal-sorumluluk-standardi>).

İşletmelerin sosyal sorumluluğu ile ilgili olarak geliştirilen bir standart SA (social accountability) 8000'dir. Bu standart, mal ve hizmet üretiminde etik kurallara uyumu garanti altına alır. İnsan Hakları Beyanamesi, Uluslararası Çalışma Örgütü Anlaşmaları ve Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Konvansiyonu'na dayanan SA 8000, çalışma koşullarına ilişkin en kapsamlı uluslararası standart olma özelliğine sahiptir. SA 8000 belgesini almak isteyen işletmeler, sosyal açıdan kabul edilebilir çalışma koşullarını destekleyen yönetim sistemlerini benimsemekle yükümlüdürler. Bu standartlar; çalışanların zorla istihdam edilmesi, maaş düzeyleri, çocuk işçiler, çalışanların sağlığı ve güvenliği, ayrımcılık, toplu sözleşme hakkı gibi birçok konuyu kapsamaktadır (Fabian, 1998; 1).

SA 8000 ve ISO standartları arasında farklılıklar bulunmaktadır. ISO standartları kalite yönetim sistemi ve çevre yönetim sistemi için süreç tabanlı, hizmet ve üretim sektörlerinin her ikisinde de uygulanabilen standartlardır. SA 8000 standardı ise daha az süreç tabanlı daha fazla kuralcı ve sonuç odaklıdır (Gobbels, Jonker, 2003; 54-58).

SA 8000 sosyal sorumluluk standardı ilk olarak 1997 yılı Ekim ayında çalışanları temel haklarını garanti altına almayı amaçlayarak yayınlamıştır. Standardın ilk ve bugüne kadar olan tek revizyonu 2001 yılında gerçekleştirilmiştir (Gordon, 2001). Ayrıca SA 8000 standardı ilk tedarikçi değerlendirme standardıdır. SA 8000 sosyal sorumluluk standardı perakendecilerin, örgütlerin, tedarikçilerin kısaca tüm çıkar ortaklarının çalışma koşullarının iyi bir düzeyde olmasının sağlamak amacıyla; (Munos,

vd., 2004; Jonker, 2000; 741-746) bazı ILO sözleşmeleri, birleşmiş milletler insan hakları evrensel beyanname ve birleşmiş milletler çocuk hakları sözleşmesi temel alınarak işçi sendikaları, insan hakları ve çocuk hakları örgütleri akademisyenler ve işverenlerin oluşturduğu bir çalışma grupları hazırlanmıştır.

İşletmelerin yanı sıra müşteri işletmeler, aracı kuruluşlar ve tedarikçilerin çalışma koşullarını iyileştirilmesini öngören standartla birlikte, sağlıklı bir iş çevresinin oluşturabileceğini vurgulamaktadır. SAI, işletmelerin birlikte çalışacakları tedarikçileri seçerken bunların az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki fabrikalarındaki çalışma saatleri, ücretler, hastalık ve kaza ödenekleri sağlık ve güvenlik koşulları, disiplin uygulamaları, zorla işgören çalıştırıp çalıştırmadıkları ve çocuk kavramını nasıl tanımladıklarına ilişkin bilgileri kapsayan davranış kurallarını bu kurallarla ilgili denetimleri kendilerinin mi, yoksa bağımsız bir danışmana ya da sivil toplum örgütüne mi yaptırdıklarını incelemelerini önermekte ve böylece standardın yaygınlaşmasını hedeflemektedir (Mohr, Webb, 1997; 20-25).

Aslında işletmelerin müşterilerine “daha kaliteli ve güvenilir ürünler sunma” sorumluluğunu vurgulayan ISO 9000 ve bilgiler çevreye karşı olan sorumluluklarını düzenleyen ISO 14000 serileri gibi standartların varlığı öteden beri bilinmektedir. Ancak burada bizim konumuz açısından incelenecek olan işletmelerin çalışma ilişkilerine ilişkin sosyal sorumluluklarını yerine getirmelerinde kılavuzluk etmesi amacıyla geliştirilen “Sosyal Sorumluluk 8000 Standardı” (SA 8000) dir. SA 8000, ISO 9001 ve ISO 14001’i örnek alan, performans koşulları kadar prosedür ve sistem koşullarını da önemseyen, yönetim sistemi ile yürütme ilkelerinin bileşimi bir standarttır.

Çevre konusundaki son zamanlarda artan hassasiyetler ölçüsünde Uluslararası Standartlar Organizasyonu tarafından geliştirilen ISO 14000 standartları, işletmelerin çevreleri ile ilgili düzenlemeleri kapsamaktadır. Bu standartlar; çevre kirliliği, gürültü, atıklar, enerji tasarrufu, su kalitesi ve hava kirliliği konularında işletmelerin neleri nasıl yapacağını önceden tanımlayarak işletmelerin çevreyi koruma hususunda gerekli standartlara uyumunu sağlamaktadır (Koçel, 2003; 297). ISO 14000 standartları gönüllük esasına dayanmakla birlikte artık birçok ülkenin bu standartları satın aldığı

ürünlerde görme isteği, ticarete ve rekabette devamlılığın ön koşulu haline gelmiştir (Seymen, 2005; 123).

SA 8000, ISO 9001 ve ISO 14001'i örnek alan, performans koşulları kadar prosedür ve sistem koşullarını da önemseyen, yönetim sistemi ile davranış kodunun bileşimi bir standarttır. Ekim 1997'de (CEPAA; "The Council on Economic Priorities Accreditation Agency) Ekonomik Öncelikler Konseyi Akreditasyon Bölümü tarafından geliştirilen (Export Today, 1998; 74-76) ve "Amnesty International" ve "The National Child Labor Committee" (Richards, 1998; 5-7) gibi sivil toplum örgütlerince desteklenen standart, Avon Cosmetics, Toys 'R' Us (ABD), Sainsbury (İngiltere) ve Otto Versand (Almanya) gibi işletmelerin yanı sıra, çeşitli insan hakları grupları, işgören sendikaları ve KPMG-Peat Marwich ve SGS-ICS gibi muhasebe şirketlerinin de desteğine sahip bulunmaktadır (Bernstein, 1997; 39). Tedarikçi seçiminde dünyadaki ilk evrensel ahlak standardı olma özelliğine sahip olan SA 8000'in, küresel işletmelerin tedarikçilerinden, ISO belgelerinin yanı sıra isteyeceği önemli bir standart olacağına inanılmaktadır (Tarantino, 1998; 559-563).

Sosyal sorumluluk adına geliştirilen bir diğer standart ise toplumsal denetim ve raporlama uygulamalarında işletmelerin uzmanlaşmasını sağlayacak, hem de işletmelerin paydaşlarıyla arasındaki güven eksikliğini gidermeyi hedefleyen AA1000 (AccountAnility 1000) standartıdır.

1996 yılında Toplumsal ve Etik Mesuliyet Enstitüsü tarafından kurulan AccountAnility, sürdürülebilir kalkınmada yükümlülük anlayışını geliştirmek amacıyla 1999 yılında AA1000 standart sistemini uygulamaya geçirmiştir. Kuruluş toplumsal denetim ve raporlama uygulamalarının profesyonelleşmesini sağlayarak şirketler ve toplum arasındaki güven eksikliğini gidermeyi hedeflemektedir. Bu amaçla AA1000 toplumsal ve etik muhasebe, denetim ve raporlamanın belli bir standart çerçevesinde kalitesini arttırmaya ve böylelikle, şirketlerin sürdürülebilir kalkınma konusunda ilerlemelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede içinde bir garanti ve derecelendirme sistemi de geliştirilmiştir. Öte yandan paydaşlarla ilişkilerin belli bir kalitede sürdürülebilmesi için bu konuda bir standart oluşturulmuştur (Yamak, 2007; 148).

1.10. SOSYAL SORUMLULUĞUN LEHİNDE VE ALEYHİNDE OLAN GÖRÜŞLER

İşletmenin sosyal sorumlulukları ile ilgili gelişimine katkıda bulunan lehinde görüşler gibi aleyhinde de görüşler ortaya atılmıştır. İşletmenin sosyal sorumluluğunun var olması gerektiğini ifade eden görüş, onun ekonomik amaçlarını gerçekleştirirken topluma zarar verecek faaliyetlerini engelleyip faydalı her türlü faaliyeti ise yaygınlaştırmasını vurgularlar. Sosyal sorumluluğun aleyhinde olan görüşler ise işletmelerin örgütsel amaçları dışında başka yükümlülüklerinin olmadığı gibi bir düşünceyle ortaya çıkar.

İşletmelerin sosyal sorunlara önem vermesinin lehinde olan düşünceler şunlardır (Hatiboğlu, 1995; 68):

- İşletmeler toplumun bir parçasıdır ve bu nedenle sosyal sorunları bilmemek söz konusu olamaz.
- İşletmelerin elinde teknik, parasal ve yönetsel kaynaklar vardır; bu nedenle karmaşık sosyal sorunların üstesinden gelebilirler ve gelmelidirler.
- İşletmeler sosyal sorunları çözdüğü takdirde daha kararlı bir çevrenin ortaya çıkmasına neden olur. Bu çevrenin varlığı işletmelerin uzun vadeli çıkarlar bakımından son derecede yararlıdır.
- İşletmeler sosyal sorunlara karşı duyarlı iseler ve bunların çözülmesinde kendi istekleri ile gerekeni yaparlarsa, muhtemel bir devlet müdahalesini de önleyebilirler. Zira sosyal sorunların üzerine işletmeler gitmez ise devletler gidecektir. Bu nedenle devlet tarafından, ekonomik hayata çok kapsamlı müdahaleler yapılabilecektir. Müdahaleler uzun dönemde işletmelerin çıkarlarını zedeler.

Sosyal sorumluluk konusunda aleyhte görüşler de vardır. Bu görüşleri öne sürenlere göre işletmelerin tek düşüncesi kar olmalıdır ve kar için her şey yapılmalıdır. Bu amaçla şu kanıtlar ileri sürülür (Hatiboğlu, 1995:69):

- İşletme yöneticileri, işletme sahiplerine kar sorumludur ve bunu yerine getirmek amacıyla bütün gayretlerini kar elde etmeye yöneltmelidir.
- İşletmeler kaynaklarını sosyal sorunları çözmek için değil, kar elde etmek için kullanmalıdır.

- Sosyal sorunlar bütün toplumu ilgilendirir. Bu nedenle bu sorunlar iş adamlarının çözmesi söz konusu değildir. Bu sorunlar sosyal işlerle sorumlu de sakıncalar devlet yöneticileri tarafından çözülmelidir.

1.11. SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

Sosyal sorumluluğun savunucuları işletmelerin toplum tarafından kolayca benimsenmesi ve tepki görmemesi için sosyal konulara mutlaka eğilmesi gerektiğini ileri sürmektedirler. Sosyal sorumluluğa karşı çıkanlar, işletmelerin temel amacının kar elde etmek olduğunu ve sosyal faaliyetlerin işletme için bir masraf unsuru olacağını dolayısıyla da karlılığı düşüreceğini ifade etmekte ve sosyal sorumluluğun işletmeler için sakıncalar doğuracağını savunmaktadırlar. Ayrıca toplumsal değişim bir gereksinimdir ve sonuçta işletmeler değişime ayak uydurmak zorundadır. Bu nedenle işletmelerin sosyal sorumluluklarının yerine getirilmesi işletmeye zarar değil yarar sağlayacaktır (Özgener, 2004; 203).

İşletmelerin başarısı sadece müşteri ile değil tüm paydaşları ile olan ilişkilerine bağlıdır. Çünkü ilişkilerine önem veren bir işletme kısa ve uzun dönemli amaçlarına ulaşmada her grubun potansiyel desteğini de alır ve artırır (Uzkesici, 2005; 78).

Tüketiciler genellikle işletmelerde sosyal sorumlulukları ile ilgili alanlarda iyi üne sahip olduklarını düşündükleri markalara ve şirketlere rağbet etmektedirler. Sosyal sorumluluğa sahip olduğu düşünülen işletme kamuoyundaki itibarını attırmaktan fayda sağladığı gibi sermaye ticari ortak çekme yeteneğini üst düzeylere çıkararak iş dünyasındaki itibarını da yükseltmektedir. (Yüksel, 2006; 354-355).

Kurumsal sosyal sorumluluk riskleri daha iyi anlamak ve yönetmek için bir araç olarak görülebilir. Birçok işletme risk tanımını sosyal ve çevresel konuları da kapsayacak şekilde daha geniş kapsamlı ve uzun dönemli olarak tanımlamaya çalışmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk işletmelere kaçınılabilir kayıpları azaltmada, yeni baş gösteren sorunları tanımlamada yardımcı olarak daha etkin risk yönetimi olanağı sunmaktadır. Böylece işletmeler rekabetçi avantajlarını güçlendirmek için yeni yasal düzenlemeleri etkileyerek üstünlük kazanmak üzere liderlik konumlarını bir araç olarak değerlendirebilmektedir (Uzkesici, 2005; 79).

İnsanlar sorumluluklarını bilen işletmelerde çalışmak istemektedirler. Kurumsal sosyal sorumluluk yetenekli ve çok çeşitli alanlarda işgücünü çekmede ve

tutmada önemli yer oynamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğu benimseye işletmelerin yaratıcılığı ve öğrenmeyi teşvik ettiğini göstermektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk organizasyon içinde öğrenme ve yeniliği teşvik ederek, yeni pazar fırsatlarını tanımlamaya, daha etkili iş süreçleri oluşturmaya ve rekabetçi gücü sürdürmeye yardımcı olmaktadır. Günümüzde yatırımcı gruplar, sosyal sorumluluğa bir işletmenin yönetim kalitesinin ve iyi kurumsal vatandaşlık ile iyi finansal performans arasındaki bağı bir kanıtı olarak saygı göstermektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmeye bu günün ve yarının maliyetlerini azaltarak fırsat kapıları açmakta, rekabetçiliği pazar konumu ve karlılığı geliştirmektedir (Uzkesici, 2005; 80).

Bazı işletmeler özellikle çevresel odaklı olanlar, israfları ve yetersizlikleri azaltarak veya verimliliği arttırarak maliyetleri önemli ölçüde azaltabilir. İşletmeler tüketicilerin satın alma kriterlerini karşılamak zorunda olmakla beraber, araştırmalar düşük ücretle çalıştırmama, çocuk işgücü kullanmama, daha küçük evrensel etki ve genetik olarak değiştirilmiş metaryal veya karışımlar kullanmama gibi kriterlere dayandırılan diğer değerlere bağlı olarak da satışların giderek arttığını göstermiştir. Düzenlemelere uyum şartlarını yerine getiren hatta düzenlemelerin ötesine giden uygulamalarla ilgilendiğini açıklayan işletmeler ulusal ve yerel hükümet kuruluşlarının daha az kontrolüne tabi olmakta ve daha serbest hareket etmektedir (Yüksel, 2006; 354-355).

Sosyal sorumluluğun avantajlarını şöyle sıralayabiliriz (Argüden, 2004; 7; Barutçugil, 2004; 222):

- İyi bir sosyal çevre oluşturularak işletmenin kamuoyunca benimsenmesi sağlanabilir.
- Maliyet gibi görünen bazı düzenlemeler kar olarak geri dönebilir.
- Toplumsal sorunların tartışılıp çözümlenmesinde görev alarak toplumun önemli bir parçası haline gelinebilir.
- Ekolojik yapıya duyarlı , çevre dostu işletmelere ulaşırlar.
- Yeni pazarlara girmede ve müşteri sadakati sağlamada önemli avantajlar elde edilir.
- Çok yönlü nitelikli çalışmaların kuruma cezbedilmesine ve kuruma olan bağlılığın artmasına neden olur.

- Daha yeni finansman kaynaklarına ulaşılmasını sağlar.
- Çalışanlar ve müşteriler, organizasyona daha fazla güven duymaya ve değer vermeye başlarlar. Çalışanların ve müşterilerin ait olma ve başka duyguları gelişir. Bunun sonucunda çalışanların devir hızı düşer. Müşterilerin satın alma sıklığı artar. Satışların karlılığı yükselir.
- Çalışanlar arasındaki iletişim, güven, dayanışma ve takım ruhu güçlenir. Takım çalışmasının etkinliği, organizasyonel performansın ve genel motivasyonun yükselmesini sağlar.
- Organizasyonun toplumla, yerel ve merkezi devlet organlarıyla olan ilişkileri gelişir ve güçlenir.
- Toplumsal sorumluluk projelerinde görev alan kurum çalışanları bilgi, beceri ve deneyimlerini geliştirirken kendilerine olan güvenleri daha yüksek, yaratıcı düşünebilen ve sorun çözme yetenekleri gelişir.

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının ardındaki niyetleri tüketicilerden yatırımcılara kadar birçok kesimin çeşitli nedenlerle ilgi odağı olmaktadır. Bu nedenle uygulamada ortaya çıkan sorunlar hem kavramın içinin boşaltılmasına ya da yanlış anlaşılmasına hem de bu tür girişimlerde etkin olan halkla ilişkiler şirketlerinin, mesleki olarak yeterliliklerinin sorgulanmasına ya da uygulamaların “biz yaptık, oldu” şeklinde basite indirgenmesine yol açma tehlikesi vardır (Uzkesici, 2005; 80).

Marketing Türkiye Dergisi Ağustos 2004 tarihli sayısında Türkiye’de ki kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını mercek altına almış ve uygulamada ortaya çıkan sorunların nedenlerini aşağıdaki gibi sıralamıştır.

- Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı yeterince anlaşılmadığında “iyi niyetli kötü uygulamalar” ortaya çıkmaktadır.
- Yılların iş yapma anlayışları ve şirketlerin var olma nedenleri konusundaki kalıplar nedeniyle, şirketler konuyu içselleştirmede zorlanmaktadır. “Bizde de olsun” ,”Salt kar” anlayışı ve baskısı buna neden olmaktadır.
- Kurumsal sosyal sorumluluğun işletmelerin varlığını sürdürmek için gerekli olduğuna ilişkin yargı şirketlerin samimiyetsiz yaklaşımlarına neden olmaktadır. Çünkü tüketiciler, sivil toplum örgütleri, devlet, borsa

endekslerinden gelen farklı baskılardan sıyrılmak isteyenler “yapıyormuş gibi” yaparak durum kurtarılmaya çalışılmaktadır.

- Yapılan hatalardan biri de şirketin kendi faaliyet alanıyla doğrudan bağlantılı kampanyaların var olmasıdır.
- Kampanyaların şeffaf olmaması da bir diğer sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Uzkesici, 2005; 81-82).
- Sosyal sorumluluk programlarına kaynakları kanalize etmek rekabetçi bir pazarın ilkelerini ihlal edebilir ve hissedarları ekonomik kazançtan yoksun bırakabilir. İşletmeler sosyal faaliyetleri gerçekleştirmek için kurulan müesseseler değildir. İşletmelerin asıl hedefi karını maksimum etmektir. Sosyal hareket ekonomik verimliliği azaltmaktadır. Bireylerin kendi iradeleri ve istekleri dışında topluma yarar sağlayacak sonuçlar yaratmaları kapitalist sistemde “görünmez el ilkesi” olarak kabul edilir. Eğer yönetici bir hedefin yanı sıra sosyal hedeflere yönelirse bu durumda pazar üzerindeki kontrolünü yitirir.
- Sosyal hareketin bedeli işletmelerin sattığı mal ya da hizmetin fiyatına yansımaktadır. Buda toplumun sosyal hareketler yüzünden daha yüksek fiyatlar ödemek zorunda kaldığını göstermektedir.
- Sosyal yükümlülükler firmalar açısından maliyetli olabilir. Sosyal programların maliyeti ürün fiyatına yansıdığı için uluslararası pazarda satış yapan şirketler sosyal maliyetleri taşımayan diğer ülkelerin şirketleriyle rekabette dezavantajları durumunda düşebilirler ve böylece pazarlarını kaybedebilirler.
- Çok sayıda işletme sosyal sorunları başarılı şekilde çözmek için gerekli uzman personel ve becerilerden yoksun olabilir. Bu durumda işletmeler sosyal konularla ilgilenecek yeni personel istihdam etmek ve buna bağlı olarak fazla ücret ödemek zorunda kalabilirler.
- Sosyal amaçlarla meşgul olma işletmelerin ekonomik verimliliğini düşürebilir. Toplum, ekonomik ve sosyal amaçlı düşük düzeyde başarılması nedeniyle acı çekebilir.
- Sosyal sorumluluk, bütün toplumu ilgilendirir bu yüzden toplumsal sorunların çözümü işadamları ve yöneticilerden beklemek insafsız olur.

- İşletme hali hazırda bir sosyal kurum olarak yeterli güce sahiptir. Çok büyük sosyal etkiyi geliştirmesine izin vermeye gerek yoktur.
- Sosyal sorumluluğun işlevsel niteliklerinin neler olduğu konusu açıklık kazanamadığı için eleştirilmektedir.
- Sosyal kontrol ve hesap verme mekanizmaları yetersiz olması karmaşık tatmin edilemeyen sosyal beklentiler yaratacağından toplum ve işletme açısından yüksek maliyetlere sebep olabilir (Özgener, 2004; 203-204).

Sosyal sorumluluğun başlıca dezavantajları şunlardır (Şimşek vd., 2003; 394):

- Sosyal faaliyetlerin ürün maliyetlerine yansıtılmasıyla fiyatlar artar, bu da pazar kaybına neden olabilir.
- Sosyal faaliyetler için yeni insan kaynağına ihtiyaç duyulabilir.
- İşletme sahip, ortak veya yöneticilerinin sosyal konulara fazla duyarlı davranmaları, örgütsel amaçlardan uzaklaşmasına neden olabilir. Sonuç olarak avantajların dezavantajlara üstünlüğünü göz ardı etmemek gerektiğini söyleyebiliriz.

1.12. TÜRKİYE'DE SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI

Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk konusunda yapılan çalışmaları inceleyebilmek için iki yöntem izlenmiştir. Bunların ilkinde, milli kütüphane veri tabanına başvurulmuş, diğerinde ise yönetim alanında yayınlanan belli başlı dergiler incelenmiştir. Milli kütüphane tarafından hazırlanan Cumhuriyet Dönemi makaleler bibliyografyası veri tabanının kullanım şekline göre eksiklikler olabileceği edinildiğinden, ikinci bir yöntem olarak yönetim alanında etkin olabileceği düşünüldüğünden bazı dergilerin taranması yoluna gidilmiştir. İkinci yönteme göre; Amme İdaresi Dergisi, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Boğaziçi Journal, Eskişehir Anadolu Üniv. İ.İ.B.F. Dergisi, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi, İstanbul Üniv. İktisat Fakültesi Mecmuası, İstanbul Üniv. İşletme Fakültesi Dergisi taranmıştır (Yamak, 2007; 161-162). Koç Topluluğu'nun toplumsal sorumluluğunu üstlenen Vehbi Koç Vakfı, 32 yıldan beri Türk insanının yaşam kalitesinin geliştirilmesi için bağış ve katkılarıyla çok sayıda okul, yurt, kütüphane, klinik gibi tesisler yaptırdı. 2000 yılı itibarıyla mal varlığı yaklaşık 500 milyon dolar olduğu bildirilen Vehbi Koç Vakfı'nın son dönemde yaptığı öncü projelerden birisi,

Cumhuriyetin 75. yılı kutlamaları çerçevesinde giriştiği Koç İlköğretim Okulu Projesi oldu. Sekiz yıllık eğitime destek vermek amacıyla Vakıf, Türkiye'nin dört bir yanında 13 ilköğretim okulu inşa etti. Projenin maliyeti yaklaşık 26 milyon dolara ulaştı. 17 Ağustos ve 12 Kasım depremleri sonrasında Vakıf, topluluk bünyesinde çalışan 500 depremzedeye 2 yıl boyunca kira ve 300 personele de kalıcı konut yardımı yaptı. Bu yardım ve konut projesi için Koç Ailesi, şirketler, personelin katkıları ve Koç Holding Emekli ve Yardım Sandığı Vakfı'ndan yapılan tahsisle 12.5 milyon dolar finansman sağlandı. Benimsediği "sağlıklı, temiz ve yaşanabilir bir çevre" ilkesi yönünde topluluk bünyesinde 1983-2000 arasında toplam 54 milyon dolar çevre yatırımı gerçekleştiren Koç Topluluğu, çevre konusunda birçok vakfa da destek veriyor. Türkiye'nin ilk özel müzesi Sadberk Hanım Müzesi, Suna-İnan Kırac Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü, sanayi kültürünün korunması ve tanıtılması amacıyla açılan Rahmi M. Koç Müzesi, topluluğun kültür hizmetlerinin önemli bir halkasını oluşturuyor. Uluslararası 23 Nisan Çocuk Şenliği de, 4 yıldan beri Koç Holding'in sponsorluğunda gerçekleşiyor.

Garanti Bankası, toplumsal sorumluluk çalışmalarına uzun yıllardır sponsorluk yapıyor. 2001 yılında Basketbol A Milli Takımı'nın resmi sponsoru olan Garanti, doğa projeleri, Çevre Haberleri Yarışması ve Uluslararası Çevre Filmleri Festivali, Uluslararası Caz Festival gibi çevreden spora, kültürden sanata kadar birçok alanda desteğini yıllarca sürdürüyor (Aydemir, 2007; 115).

Opet 2000 yılından bu yana sürdürdüğü "Temiz Tuvalet Kampanyası" ile Türkiye'de yapılan en uzun soluklu toplumsal projelerden biridir. Bu proje Türkiye'de önemli bir sorunu ele alınmıştır. Bu kapsamda Opet, önce kendi istasyonlarında başlamak üzere Türkiye'de tuvalet hijyenini yaygınlaştırmak amacıyla 2000 yılında temiz tuvalet kampanyası başlatmıştır. Bu proje öncelikle Opet'in tuvaletlerinin temizliğinden ve hijyeninden sorumlu olduğu yola çıkılarak tüm yurda yayılmış Opet istasyonlarında sadece standart kurumsal görüntü ve hizmet kalitesi ile değil, temizlik ve hijyene verdiği önemle de farklılığını vurgulayarak bunu kalıcı hale getirmeyi başarmıştır. Opet istasyonlarında kampanya tanıtımını ve takibini sağlamak amacıyla profesyonel bir eğitim ekibiyle yola çıkmıştır. Opet tarafından istasyonlardaki personele eğitim verilerek istasyon tuvaletleri hijyenik ortama dönüştürülmüştür. 27 araç, 37 kişilik eğitim ekibi 3700 Opet fahri müfettişi ile istasyonlarda okullarda, hastanelerde eğitim verilmiş ve denetimler yapılmıştır (Aktan, 2007; 157-158).

Ailelerin ekonomik-maddi yetersizliği nedeniyle öğrenimlerine devam edemeyen kız çocuklarına eğitimde fırsat eşitliği sağlanması, bu bireylerin meslek sahibi bireyler haline gelmeleri amaçlanan “Kardelenler Projesi” 28 Ağustos 2000 tarihinde Turkcell ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği işbirliği ile başlatılmıştır. Turkcell bugüne kadar ticari faaliyetlerinin yanı sıra, sosyal sorumluluğunun bilinciyle, topluma değer katacağına inandığı eğitimden teknolojiye, kültür-sanattan spora çeşitli etkinliklere de destek vermektedir. Turkcell’in bu faaliyetlerdeki amacı, ülkemizdeki nitelikli insan kaynağının geliştirilmesine katkıda bulunmaktır (<http://www.turkcell.com.tr/turkcellhakkinda/toplumsalduyarlilik>).

Proje kapsamında;

- 2000 yılından bu yana yaklaşık 10.000 öğrenciye burs verilmiştir, 4400 öğrenci liseden mezun olmuştur, 550 öğrenci üniversiteyi kazanmıştır.
- 2002-2003 öğrenim yılından itibaren projenin ikinci aşaması dahilinde üniversiteyi kazanan öğrencilere de burs vermeye başlanmıştır.
- “Kardelenler Projesi” kapsamında burs alan başarılı kız öğrencilerin hayatlarındaki değişimin ve umutlarının öyküsü 2004 yılında Turkcell tarafından ünlü yazar Ayşe Kulin’in kalemi ve fotoğraf sanatçısı Manuel Çıtak’ın fotoğraflarıyla “Kardelenler” adı altında kitap haline getirilmiştir.
- Kardelenler Projesine 2005 yılında katılan Sezen Aksu Kardelen adıyla bir albüm hazırlamıştır. Sezen Aksu gibi halk tarafından çok sevilen bir ünlünün desteği kampanyanın bilinirliğini ve kampanyaya olan ilgiyi arttırmıştır (Karahan, 2006; 88).

Bunların haricinde Türkiye’de sosyal sorumluluk adına yapılan diğer projeler ise şöyle sıralanabilir; İzmir Amerikan Koleji sosyal sorumluluk kapsamında gezici kitaplık kulübü, görme engelliler kulübü, kardeş okul kulübü, ender çocuk evi kulübü, eğitim kulübü ve huzurevi kulübünü kurmuştur. Coco Cola “Hayat’a Artı” gençlik fonu kapsamında 100 gençlik projesini desteklemektedir. Eczacıbaşı Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı, genç mucitler projesi ile çocuklara fen ve matematik alanında temel eğitim verilmesi, atölye ortamında yaratıcılıklarının geliştirilmesini hedef edinmiştir. Profilo “Anne Çocuk Eğitim Vakfı” ile çocukların bedensel, zihinsel ve duygusal gelişimini 6 yaşına kadar büyük ölçüde tamamlandığı gerçeğinden hareketle okul öncesi

eğitimin önemine dikkat çekmek ve bu yöndeki eksiklikleri gidermeyi amaç edinmiştir (Aydede, 2007; 116-127).

Tablo 1.1. Capital “Türkiye’nin Sosyal Sorumluluk Liderleri” Araştırması Sonuçları

2009 Sıralaması		Katılımcıların Oranı (%)	2008 Sıralaması		Katılımcıların Oranı (%)
1	Sabancı Holding	50,1	1	Sabancı Holding	39,0
2	Koç Holding	45,9	2	Koç Holding	32,0
3	Turkcell	21,3	3	Turkcell	17,0
4	Ülker	19,7	4	Ülker	15,0
5	Arçelik	14,5	5	Arçelik	12,0
6	Eczacıbaşı Holding	10,1	6	Eczacıbaşı Holding	11,0
7	Akbank	9,4	7	Akbank	10,0
8	Doğan Holding	6,6	8	Doğan Holding	8,0
9	İş Bankası	5,8	9	Zorlu Holding	6,4
10	Efes Pilsen	5,3	10	Avea	6,0
11	Grundig (Beko)	4,6	11	Coca-Cola	4,7
12	Avea	4,5	12	Vestel	4,5
13	Anadolu Hayat Emeklilik	4,1	13	Efes Pilsen	4,4
14	Doğuş Holding	3,8	14	İş Bankası	4,3
15	Hürriyet	3,5	15	Anadolu Hayat Emeklilik	4,2
16	Vestel	3,3	16	Grundig (Beko)	4,1
17	Zorlu Holding	3,2	17	Milliyet	3,7
18	Garanti Bankası	3,1	18	Aygaz	3,3
19	Coca-Cola	2,8	19	Sanko Holding	3,0
20	Miliyet	2,6	20	Danone	2,8

Kaynak: KELGÖKMEN İLİC, Derya, (2010), “İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması”, *Ege Akademik Bakış /Ege Academic Review*, 10 (1), s.314.

Koç Holding, Turkcell, Arçelik, Eczacıbaşı, Ülker, Sanko Holding, Vestel, Beko, Efes Pilsen, Doğan Holding, Merinos, Coca-Cola, Doğuş Holding ve Bosch. Yine Nisan ayında açıklanan 2007’nin en başarılı şirketleri ise sırasıyla; Sabancı Holding, Koç Holding, Turkcell, Ülker, Doğan Holding, Eczacıbaşı Holding, Akbank, Arçelik, Zorlu Holding, Danone, Doğuş Holding, Efes Pilsen, İş Bankası, Vestel, AVEA, Coca-Cola, Sanko Holding, Milliyet, Garanti Bankası ve Anadolu Hayat Emeklilik olmuştur.

Diğer bir araştırma yine GFK'nın yürüttüğü “Şirketler Ne Diyor” araştırmasıdır. Eylül 2007’de gerçekleştirilen çalışmada daha çok sponsorluklar göz önünde bulundurulmuştur. İş dünyasının sponsorluk tanımlamasına bakıldığında, çalışmaya katılanların sadece %44’ü sponsorluğu bir pazarlama aracı olarak gördüklerini belirtirken, %22’si bunu bir sosyal sorumluluk olarak tanımlamış ve %34’ü sponsorluğun her iki amaca da hizmet ettiği görüşünü savunmuştur. Tüm grubun %89’u sosyal içerikli projelerin en başarılı projeler olduğu inancına sahiptir (http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR_KOD=5271/ Erişim tarihi: 12.12.2009).

Tablo 1.2. Temel Sosyal Sorumluluk Kriterlerindeki En Başarılı Şirketler

	Doğa ve Çevre	Spor	Sanat ve Kültür	Eğitim ve Öğretim
1	Sabancı Holding	Turkcell	Sabancı Holding	Sabancı Holding
2	Koç Holding	Sabancı Holding	Koç Holding	Koç Holding
3	Arçelik	Ülker	Turkcell	Turkcell
4	Akbank	Koç Holding	Ülker	Ülker
5	Ülker	Efes Pilsen	Arçelik	Arçelik
	Gönüllü Çalışmalar	İş Ahlakı	İnsan Hakları	Sağlık
1	Sabancı Holding	Sabancı Holding	Sabancı Holding	Sabancı Holding
2	Koç Holding	Koç Holding	Koç Holding	Koç Holding
3	Eczacıbaşı Holding	Ülker	Ülker	Ülker
4	Ülker	Turkcell	Turkcell	Turkcell
5	Anadolu Hayat Emeklilik	Arçelik	Arçelik	Arçelik
	Tarihi Koruma	Aile Kurumunu Koruma	Tüketici Biliçlendirme	Topluma Katkı
1	Sabancı Holding	Sabancı Holding	Sabancı Holding	Sabancı Holding
2	Koç Holding	Koç Holding	Koç Holding	Koç Holding
3	Ülker	Ülker	Ülker	Ülker
4	Turkcell	Turkcell	Hurriyet	Turkcell
5	Arçelik	Milliyet	Turkcell	İş Bankası

Kaynak: KELGÖKMEN İLİC, Derya, (2010), “İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması”, **Ege Akademik Bakış /Ege Academic Review**, 10 (1), s.315.

İKİNCİ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI KAVRAMINA YÖNELİK GENEL BİLGİLER

2.1. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞ KAVRAMI

Örgütler, yaşamımızda önemli rol oynamaktadırlar. Modern toplum, bir bakıma, bir örgütler karmaşasıdır. Örgütlenmenin taşıdığı avantajlar, hemen her işin görülmesinde örgütsel yapıları zorunlu hale getirerek, insan yaşamının her alanını kapsayacak bir yaygınlığa kavuşmalarına neden olmuştur. İnsanlar, sadece çalışma saatlerini değil hemen hemen tüm zamanlarını örgütlerde geçirmektedirler. Okulda, hastanede, fabrikada, askeri ve adli örgütlerde ya çalışıyor ya da hizmet almak için bulunuyoruz. Hemen her gün bu örgütlerle iç içeyiz ve hatta örgütler içinde gözümüzü açmakta ve yine hayatı örgütler vasıtasıyla yaşamaktayız.

Örgüt, bir grup insanın, iş bölümü içinde, otorite ve sorumluluk hiyerarşisi altında; belirli ortak bir amacı veya hedefi gerçekleştirmek amacıyla oluşturdukları, akılcı, planlı ve eşgüdümlü bir yapılandırma (Oktay, 1996; 257).

Örgütsel davranışın kökeninde işgörenin kendisini güvencede kılma isteği yatmaktadır. Örgütle çelişmeyen tavırlar gösterdiği takdirde işgören, ceza almaması hatta ödüllendirilmesi söz konusu olmaktadır. İşgörenin örgütsel çerçevenin dışına çıkması halinde ise, bir takım müeyyideler devreye girmektedir. Bundan başka, işgörenin örgütsel düzene direnme, kasıtlı biçimde inat etme, kendini haklı çıkarmaya çalışma duygusal tavırlara başvurması halinde, işgören, örgütten dışlanma ile karşı karşıya kalır. Örgüt, bu yaptırımlar sayesinde kendi düzenini muhafaza etmektedir. Bu durum, bazı yönetim anlayışlarına göre de bir istikrar unsuru olarak görülmektedir (Başaran, 1991; 235).

Örgütsel vatandaşlık davranışı kavramı Denis Organ ve arkadaşları tarafından ilk kez 1983 yılında kullanılmıştır. Organ örgütsel vatandaşlık davranışını, örgütün biçimsel ödül sisteminde doğrudan ve açık bir biçimde tanınmayan ve bir bütün olarak örgütün etkili çalışmasını destekleyen davranışlar olarak tanımlamıştır (Köse vd., 2003; 2). Gönüllülük kavramı ile, bu davranışın bireyin rolünün gerektirdiği bir davranış değil, kişisel tercihe bağlı olarak geliştiği anlatılmak istenmiştir (İşbaşı, 2000; 359).

Organ'ın örgütsel vatandaşlığa olan ilgisi daha henüz bir fabrikada genç bir işçilik işlerine yansımış ve izler bırakmıştır. Organ'ın işgörenlik yaptığı yıllarda onun elindeki iş aletini kullanmada zorlandığını gören kıdemli bir işgören elindeki işi bırakıp ona gelip nasıl kullanıldığını tarif etmiştir. Kıdemli işgörenin elindeki işi bırakıp gelip

Organ'a yardım etmesi iş yönetmeliğinde yoktu, fakat işgörenin o gayreti hem işgörene hem de örgüte yardımcı olmuştur (Ölçüm Çetin, 2004; 10).

Greenberg ve Baron (2000), örgütsel vatandaşlık kavramını bir çalışanın örgütün biçimsel yolla belirlediği zorunlulukların ötesine geçerek, istenenden daha fazlasını yapması olarak tanımlamışlardır (Greenberg and Baron, 2000; 372).

George'a göre ise örgütsel vatandaşlık davranışları rol kapsamı dahilinde veya üzerinde niteliğe sahip, örgütün formal ödül sistemi tarafından dikkate alınmayan davranışlardır (Kamer, 2001; 3). Bu tür davranışlar görev ve iş tanımlarında zorunlu tutulmayan, ihmali halinde ceza gerektirmeyen ve daha çok kişisel tercih sonucu sergilenen davranışlardır (Podsakoff, 2000; 513).

Formel iş değerlemesi tarafından ölçülmeyen, formel ödül sistemi ile bağlantılı olmayan ve örgütsel olarak istenenden daha fazlasını yapmaya yönelik ekstra rol davranışını ortaya koyan örgütsel vatandaşlık davranışı, informel ve gönüllü bir örgüt davranışını ortaya koyduğu için, literatürde bazı araştırmacılar tarafından "iyi asker davranışı" olarak ifade edilmiştir (Turnipseed, 2002; 7). "İyi asker sendromu" (Organ, 1988) olarak da tanımlanan bu davranışın yapısı diğerlerinin yanlısını bulma, onlarla tartışma, onları şikayet etmek gibi, istenmeyen eylemlerin etkinliği olduğu kadar sosyal anlamdaki davranışları, işi zamanında bitirme, yenilikçi olma, diğerlerine yardım etme ve gönüllü olmayı da içermektedir (Acar, 2006; 1-14).

Örgütsel vatandaşlık davranışı bilinen davranış kavramlarından daha ileri düzeyde görev bilincini çağrıştırır (Sabuncuoğlu, Tüz, 2005; 354). Geniş anlamda örgütsel vatandaşlık davranışı amirlere yardımcı olan gönüllü davranışları içermektedir. Örgüte yeni katılan çalışanlara yardımcı olma, diğerlerinin haklarına saygı gösterme, çalışırken ilave mola vermeme, işletme toplantılarına düzenli olarak katılma, diğerlerinin dikkate almadığı sorumlulukları alma ve temel işlerle ilgili sorunlarda diğer işgörenlere gönüllü olarak yardım etme gibi davranışları içermektedir (Kıdwel vd., 1997; 777).

Graham klasik felsefe ve modern politik teori açısından inceleme yaparak, aktif vatandaşlık sendromu adıyla tanımlanmış inançları ve davranışsal eğilimleri belirlemiştir. Bunlar; itaat, sadakat ve katılımdır. Graham geliştirdiği bu politik felsefe

yaklaşımının itaat, sadakat ve katılım kategorilerini örgüt içi ortama da uygulamıştır. (Graham, 1989)

- Örgütsel itaat; örgütsel yapının, iş tanımlarının, personel politikalarının, düzenlemelerin ve mantıki kuralların geçerli olduğu kuralları rasyonel ve yasal otoriteyi kabul ederler ve kanunlara uyarlar.
- Örgütsel sadakat; Yardım amacı taşıyan davranışları dar kapsamda bırakmayarak tüm toplumu ve kapsadığı değerlerin yararına olacak şekilde genişletmeyi ifade eder (Çetin, 2004;7). Örgütün liderine organizasyona bir bütün olarak bağlı kalmak ve iş gruplarının, bireylerin ve departmanların bakış açılarındaki darlığı aşmaktır.
- Örgütsel Katılım; organizasyonun yönetimine sürekli olarak ve ideal bağlılık standartları ile yerine getirilen örgütsel olaylara katılmaktır (Dyne vd., 1994, 767). Sorumluluk sahibi vatandaşlar toplumu ilgilendiren konular hakkında bilgi edinirler, toplumun diğer üyeleri ile fikir ve bilgi alışverişinde bulunurlar (Çetin, 2004;7).

2.2. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI TÜRLERİ

Örgütsel vatandaşlık davranışı yukarıda da bahsedildiği üzere temelde örgüt üyelerinin gönüllü katılımı ile gerçekleşir. Beklenen davranışların ötesini ifade eder. Son yıllardaki literatür incelendiğinde temel olarak bu davranışların ikiye ayrıldığı görülmektedir. Birinci tür örgütsel vatandaşlık davranışı örgütsel yapıya aktif bir şekilde katılım ve katkı şeklinde ortaya çıkar. İkinci tür ise, örgütsel yapıya zarar verecek her türlü davranıştan uzak kalma şeklinde ortaya çıkar (Baron, 1998; Farh vd., 1997; Baron, 2000).

Teoride böyle bir farklılık bulunsa da, uygulamada her iki davranış da arzulanır davranıştır. İster aktif katılım ister kaçınma şeklinde ortaya çıkmış olsun önemli olan örgütsel etkinliği ve verimliliği artıracak davranışlarda bulunmaktır. Bu iki tür davranış arasındaki farklılıkların nedeni kişisel farklılıklar veya örgütsel farklılıklardır.

2.3. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ DÜZEYLERİ

Örgütsel vatandaşlık davranışını örgüt üyelerinin gönüllü katılımı, biçimsel rol tanımlarının ötesinde davranan ve örgütsel etkinliği artırmayı amaçlayan çalışan

davranışı olarak tanımlandığında, bu davranışı oluşturan çeşitli düzeylerin varlığı söz konusu olacaktır. Araştırmacılar çalışmalarında çeşitli örgütsel vatandaşlık davranışı düzeylerine yer vermişlerdir.

Örgütsel vatandaşlık davranışı beş boyutta incelenebilir (Kamer, 2001; 10).

2.3.1. Sivil Erdem

Bir bütün olarak ve en üst düzeyde örgüte bağlılığı ve ilgiyi, örgütsel yasama aktif ve gönüllü olarak katılımı ifade eder. Kişisel olarak büyük maliyeti olsa da, yönetime katılma konusundaki isteklilik (toplantılara katılma, örgütün izlemesi gereken stratejisiyle ilgili fikir bildirme, izlenecek politikalarla ilgili tartışmalara girme vb.), örgütün önündeki fırsatları ve tehditleri gözlemlemek (örgütün içinde yer aldığı sektörü ve meydana gelen değişiklikleri takip etme), örgüt için en iyiyi yapmaya çalışmak (yangın tehlikesini ya da şüpheli durumları rapor etme, kapıları kilitleme vb.) gibi davranışlar bu boyut kapsamındadır (Bolat ve Bolat, 2008; 79).

2.3.2. Vicdanlılık

Organ'a göre vicdanlılık, örgüt üyelerinin kimi rol davranışlarını kendilerinden bekleneni aşan şekilde yerine getirmeleridir ve işe devamlılık, iş yerinde düzenli çalışma, dakiklik, dinlenme zamanlarını yerinde ve suiistimal etmeden kullanma, görevin kurallara uyma gibi davranışları içermektedir. İşe düzenli devam etme, çalışanın sözleşmeye dayalı yükümlülüğüdür, ancak devamlılığın gönüllülüğe dayandığı durumlara da sıkça rastlanmaktadır. Bir çalışanın beklenmedik hava koşullarında veya önemsiz hastalıklarında işine gelmemesi, kullanmadığı kişisel izinlerini kullanmak istemesi, özel hayatına ilişkin sorunlar nedeniyle işine bir süre devam edememesi gibi durumlar, çok sık oluşmadığı sürece, yöneticiler tarafından hoşgörü ile karşılanabilmektedir. Ancak, bu hoşgörüye rağmen, işe devamlılık konusunda kendilerinden beklenenin üzerinde bir çaba gösteren çalışanların davranışları, vicdanlılık boyutunda yer alabilecek davranışlardır (Kamer, 2001, 12; Özen ve İşbaşı, 2000; 26).

Diğerkamlık ile vicdanlılık arasındaki en belirgin fark diğerkamlıkta bireyler, belirli bir kişiye yardım etmek üzere davranışta bulunurlar; vicdanlılıkta ise, belirli bir kişiye değil genel olarak örgüte yarar sağlamak üzere davranışta bulunurlar. Diğer yandan vicdanlılık davranışı sergileyen kişilerin aynı zamanda diğerkamlı davranışlar

sergilemeleri de beklenmemelidir. Çünkü, organizasyon içinde diğerkam davranışların ortaya çıkmasına neden olan durumlar, her zaman vicdanlılık davranışlarını da açığa çıkarmaz. Diğerkamlık ve vicdanlılık davranışları, kimi hedef alırsa alsın (bireyler, guruplar, departmanlar, örgütü vb.), yardım etme özüne dayandıkları için bir dereceye kadar örtüşmektedirler. Fakat, özel ve genel yararları bakımından somut farklılıklar taşımaları nedeniyle iki ayrı boyutta ele alınmışlardır (Özen ve İşbaşı, 2000; 27).

2.3.3. Sportmenlik

Organ'a göre sportmenlik, çalışanların örgüt içinde gerginliğe neden olabilecek olumsuz davranışları kaçınmalarını ifade eder. Sorunları gereksiz yere büyütmekten, zamanının çoğunu işiyle ilgili sorunlardan yakınlıkla geçirmekten, iş arkadaşlarına saygısızca davranmaktan vb. kaçınan kişinin bu gibi davranıştan sportmenliğe örnek verilebilir (Özen, İşbaşı, 2000; 28).

Organ'a göre, organizasyonlar ne kadar ustaca ve iyi niyetle yönetilirse yönetilsin, umulmadık gerginliklerin ve sorunların yaşanması kaçınılmazdır ve bu sorunlar giderek daha da artabilir. Oluşan gergin ortamdan etkilenen kişiler de şikayet etme hakkını kendilerinde görebilirler. İşte bu haklılığa rağmen, ortaya çıkan sorunları büyütmeyen ve yapıcı tavırlarıyla çözümüne katkı sağlamaya çalışan, işteki durumunun olumsuz yönlerini değil olumlu yönlerini vurgulayan ve kinci konuşmalardan uzak duran çalışanlar, sportmenlik boyutunda yer alan davranışlar sergilemektedirler (Özen, İşbaşı, 2000; 29).

2.3.4. Diğerlerini Düşünme, Özgecilik (Diğerkamlık)

Diğerkamlık örgüt ile ilgili bir görevde veya sorunda diğerkam bir çalışana yardım etmeyi içeren isteğe bağlı davranışlardır. Hastalanan bir meslektaşının yerine onun öğrencileriyle ilgilenen bir öğretmenin, işe yeni başlayan tecrübesiz bir kişiye bilgisayar programlarını nasıl daha etkin kullanabileceği konusunda yardımcı olmaya çalışan bir mühendisin veya iş yükü ağır olan ve işiyle ilgili sorun yaşayan bir arkadaşına destek olan bir organizasyon üyesinin bu davranışı diğerkamlığa örnek olarak gösterilebilir. Dolayısıyla, örgüt üyelerinin iş arkadaşlarına yardımcı olması durumu en sık tekrarlanan diğerkamlık davranışı şeklindedir ve sadece iş arkadaşlarına değil, müşterilere, satıcılara vb. yöneltilebilir. Yardımseverlik konusunun organizasyonla ilgili

olması, diğerkamlık boyutunda ifade edilmesinin başlıca kriteridir (Kamer, 2001; 1; Özen, İşbaşı, 2000; 25-26).

2.3.5. Nezaket

Organizasyon içindeki işbölümünden kaynaklanan karşılıklı birbirine bağlı olan bireyler arasındaki olumlu iletişimi ifade etmektedir (Özdevecioğlu, 2003; 121). İlk kez Organ'ın dile getirdiği ve tanımladığı nezaket boyutu, örgütte iş yükümlülükleri nedeniyle sürekli iletişim içinde olmaları gereken ve birbirlerinin işlerinden ve kararlarından etkilenen üyelerin sergiledikleri olumlu davranışları ifade etmektedir. Organ'ın (1990) bu davranışlara verdiği kimi örnekler, önceden haberdar etme, hatırlatma, bilgi aktarma, danışma ve yapılacakları özet halinde aktarmayı içerir. Nezaket duygusal açıdan istikrarlılığı koruyarak çatışmaları önler. Görevler konusunda önceden iletişimi sağlayarak bağımsız çalışılacak işlerin programlanmasını ve işlerin yürümesini kolaylaştırır (Özen, İşbaşı, 2000; 29; Kamer, 20001; 1).

Organ'a göre Diğerkamlık ve nezaket boyutları "yardımseverlik" temeline dayanarak tanımlandıkları için birbirine çok yakın olan, aralarındaki en belirgin fark, yardım etme ediminin gerçekleştiği zaman olan boyutlardır. Diğerkamlıkta kişilerin birbirlerine bir sorun ortaya çıktıktan sonra, o soruna çözüm bulmak amacıyla yardım etmeleri söz konusudur. Nezaket boyutunda ise, öngörülen sorunun ortaya çıkmasını engellemek veya o sorunun etkilerini azaltmak amacıyla önceden somut adımlar atmaya gerektiren davranışlar vardır (Özen, İşbaşı, 2000; 29).

2.4. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI İLE İLGİLİ TEORİ VE ARAŞTIRMALAR

Örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili teoriler, konunun boyutlarını ortaya koymak için, işletme içinde çalışanların davranışlarını hangi nedenlerden dolayı ve nasıl gösterdiklerini açıklamaya çalışmaktadır.

2.4.1. Eşitlik Teorisi

Bu teori Adams tarafından 1965 yılında geliştirilmiştir. Bireyler kendi katkı ve ödülleri diğer kişilerin katkı ve ödülleri ile karşılaştırırlar. Bu karşılaştırma sonucunda kendi durumlarında adaletsizlik gören bireylerin algıladıkları eşitsizlik büyüdükçe yakınma ve gerginlikleri artar. Bu durumda kişiler önce kendi ödülleri artırmak için

çaba gösterirler, bunu başaramazlarsa bu defa çalışma hızlarını yavaşlatmak gibi katkılarını azaltma yolunu seçerler (İncir, 1990; 13-14).

2.4.2. Katz ve Kahn Teorisi

Katz organizasyonel sisteme genel etkisi açısından üç temel işgören davranış modeli tanımlamıştır. Bu davranış modelleri şunları içermektedir;

- Bireyler sisteme girmeleri ve orda kalmaya ikna edilmelidir.
- Bireyler kendilerine verilen rol dağılımını yerine getirmek durumundadırlar.
- Rol spesifikasyonunun ötesinde, organizasyonel amaçların yerine getirilmesinde yenilikçi ve zorlamaya dayalı olmadan yerine getirilen faaliyetler söz konusu olmalıdır.

Organizasyonun etkinliğini geliştiren ekstra rol davranışlarını tanımlayan Katz ve Kahn'a göre bu kavram "organizasyonun sosyal akışını kolaylaştıran herhangi davranışları içermektedir ve bilinen görev performansı ile doğrudan ilgili değildir". Katz ve Kahn bu ekstra rol davranışlarını tanımlamak için "Yurttaşlık" terimini ortaya koymuşlardır (Sabuncuoğlu, Tüz, 2005; 358-359).

2.4.3. Dennis Organ'ın Teorisi

Dennis Organ'ın teorisinde örgütsel vatandaşlık davranışı için önermiş olduğu unsurlar gönüllü centilmenlik, nezaket tabanlı bilgilendirme, organizasyonun gelişimine destek vermedir. Organ yaptığı çalışmalarda biçimsel rol ve ekstra rol davranışları üzerinde yoğunlaşmıştır. Biçimsel rol davranışı, işte gerekli olan teknik bir rol davranışdır. Belirli kurallar içermektedir. Ekstra rol davranışı ise, yaratıcı ve planlanmamış davranışlar olarak ele alınır. İşgörenin herhangi bir yazılı kural olmaksızın kendiliğinden ortaya koyduğu davranışlar olarak tanımlanmaktadır. (Sabuncuoğlu, Tüz, 2005; 360-361).

2.4.4. Sosyal Alışveriş Teorisi

Sosyal mübadele, sonunda kazanç elde etmeyi umarak güdülenen bireylerin yaptıkları gönüllülüğe dayalı davranışları kapsamaktadır. Sosyal mübadelede ekonomik mübadeleden farklı olarak elde edilecek kazanç güvene dayalıdır ve belirsizlik taşımaktadır. Bu sebeple sosyal mübadeleye dayalı kazançlarda ekonomik mübadelede olduğu gibi pazarlık söz konusu değildir (Kamer, 2001; 5-6).

2.4.5. Bernard'ın Yaptığı Çalışmalar

Bernard örgütü “toplular işbirliği çabaları” olarak tanımlamaktadır. Ona göre bir örgütü meydana getiren kişiler değil, bu kişilerin işbirliğine dayalı ve gönüllü olarak örgüt içinde yaptıkları davranışlardır. Burada gönüllülük davranışı ile anlatılmak istenen bireylerin işbirliğine yönelik çaba gösterme eğilimleridir. Bu eğilim, kişilere ve ilişkiye dayalı çekicilikten doğan tatmin düzeyine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Gönüllülüğe bağlı oluşan informel organizasyon yapısı da biçimsel otoritenin devamını sağlamaktadır. Kişilerin gönüllülük düzeylerinin yüksek olması formel otoritede yaşanan sorunları azaltarak çalışanların bu otorite düzenini kabullenmelerini sağlamaktadır (Özen, İşbaşı, 2000; 7-8).

Sosyal Mübadele Teorisi (Social Exchange Theory) 1964 yılında Blau tarafından geliştirilmiştir. Sosyal Mübadele Teorisi (SMT), ÖVD temelli araştırmaların zeminini oluşturmaktadır. Blau, mübadelede iki çeşit sosyal ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bunlar; sosyal mübadele ilişkisi ve ekonomik mübadele ilişkisidir. Ancak bu iki ilişkinin önemli farklılıkları bulunmaktadır. Sosyal mübadele ilişkisinde, taraflar arasındaki karşılıklı ilişkiler belirli bir zorunluluğa dayandırılmamıştır. Bir taraf diğer tarafa bir kaynak sağladığında diğer tarafın bu kaynağa aynı şekilde karşılık vermesi beklenir. Fakat buradaki karşılığın zamanlaması ve niteliği gönüllülük esasına dayanır. Bu gönüllü davranışlar (ÖVD gibi) zorunlu olarak yerine getirilmesi gereken davranışlar değildir. SMT’de mübadele sonucunda tarafların elde edeceği kazanımlar pazarlık konusu yapılmaz ve kişilerin takdirine bırakılır. Yine bu kazançlar para ile ifade edilmemektedir. Dolayısıyla, SMT’nin gelecekte niteliği belirlenmemiş yükümlülükler doğurması, bu ilişkiyi ekonomik mübadeleden ayrılan en önemli özelliktir. Bu mübadeleden elde edilen sonuçlar, karşılıklı güven ve arkadaşlığın göstergesidir (Gürbüz; 2006, 51).

2.5. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Örgütsel vatandaşlık davranışına etki eden örgüte bağlılık, bireyin ruhsal durumu, kişilik özellikleri, iş tatmini, örgütsel adalet, işin özellikleri, örgüte duyulan güven, yaş kıdem ve hiyerarşik düzen, örgütün özellikleri ve örgütle bütünleşme gibi etkenler işgörenleri güçlendirir ve karar süreçlerine katılımını sağlar. Bunun yanında

örgütün sosyal mekanizmasının işlerliğini kolaylaştırır, anlaşmazlıkları azaltır ve etkinliği artırır. Bunların sonucu olarak da performansı artırabilir

2.5.1. Örgüte Bağlılık

O'Reilly ve Chapman 1986'da yaptıkları araştırmada, örgüte bağlılık faktörünün örgütle özdeşleşme ve hedefleri içselleştirme alt boyutları açısından örgütsel vatandaşlık davranışlarına sebep olduğunu saptamışlardır (Kamer, 2001; 14).

Örgütsel bağlılığın özdeşleşme boyutu; bireyin, örgütteki diğer kişilere kendini yakın hissetmesi, içselleştirme boyutu ise; bireyin, örgütsel amaç ve değerleri kabul etmesi ve bunları kişisel amaç ve değerler sistemiyle bütünleştirmesini ifade eder. Organ'a göre, örgütsel bağlılık geliştirmiş bireylerin, mevcut durumlarını korumak ve taraf, kişi ya da kurumlar arasında karşılıklı fayda kazanmak gibi amaçlarla örgütsel bir bağlılık geliştirememiş olanlara göre daha çok vatandaşlık davranışları gösterme ihtimalleri yüksektir (Kamer, 2001; 14-15).

2.5.2. Bireyin Ruhsal Durumu (Moral)

Sosyal psikoloji alanında yapılan çalışmalarda olumlu ruhsal özelliklere sahip bireylerin daha çok örgütsel vatandaşlık davranışları gösterdikleri ve çalışanların olumlu ruh hallerinin sağlandığı durumlarda bireylerin diğerkam davranışlarında artma olduğu saptanmıştır (Kamer, 2001; 16).

Organ'a göre, moral faktörleri fazladan rol davranışlarının belirleyicisidir ve bu konuda yapılan araştırmalarda, çalışanların belli bir zamandaki duygusal durumlarının onların daha çok örgütsel vatandaşlık davranışı göstermelerine sebep olduğu görülmüştür. Brief ve Motowidlo'ya göre (1986), iyi bir ruh haline sahip kişi yaşadığı olumlu olayları ve deneyimleri hatırlamakta ve bu olumlu ruhsal durumuna bağlı olarak prososyal davranışları dolayısıyla da Örgütsel vatandaşlık davranışlarını daha çok göstermektedir. Olumlu ruhsal duruma bağlı olarak gelişen bu davranışlar kişiyi harekete geçiren olumlu ruh halinin sürekliliğini de sağlamış olurlar. George'a göre (1991), olumlu bir ruh haline sahip birey, örgüt içindeki olaylara ve çalışma arkadaşlarına karşı olumlu bir algı içerisinde olacaktır (Özen, İşbaşı, 2000; 21-23).

2.5.3. Kişilik Özellikleri

Smith, Organ ve Near'a göre dışa dönük özelliğe sahip bireyler, dış çevrelerine ve sosyal uyaranlara karşı daha duyarlı oldukları için örgütsel vatandaşlık davranışlarını göstermeye daha çok yatkındırlar. İçe dönük ve daha çok nevrotik bireyler, kendi endişeleriyle fazlasıyla meşgul olmalarından dolayı başka kişilerin problemleri ve örgütün gerekleriyle ilgilenmek için gerekli duygusallığa sahip olmadıkları için örgütsel vatandaşlık davranışlarını gösterememektedir (Kamer, 2001; 16-17).

2.5.4. İş Tatmini

İş tatmini en basit şekliyle, iş görenin işine karşı gösterdiği genel tutumdur. Kişinin işine karşı göstereceği tutumu olumlu ve olumsuz olabileceğinden, iş tatmini kişinin iş deneyimleri sonucunda ortaya çıkan olumlu ruh hali, olumsuz tutumu ise iş tatminsizliğidir (Erdoğan, 1996; 231). Galbrail'e göre iş tatmini, iş görenlerin iş davranışları ve örgütsel ortamda yaşadığı olumlu ya da olumsuz duygularından kaynaklanmaktadır. Bu his ya da duygular iç ve dış kaynaklardan doğmaktadır. Tatminin içsel kaynağı içsel ödüllerdir. Dilediği bir işte çalışma kişide tatmin yaratacaktır. Dış kaynaklar ise örgütsel özendiricilerdir (Yeşilyurt, 1991; 11).

Davis'e göre, bir örgütte çalışma koşullarının bozulduğunu gösteren en önemli kanıt iş tatmininin düşmesidir. İş tatminsizliği sonucu grevler, işi yavaşlatma, disiplin sorunları, performansı yavaşlatma gibi problemler gözlenmektedir. İş tatmininin düştüğü bir işletmede yapılan araştırmada dört yıl içinde personele ait sorunlu davranışların attığı gözlenmiş ve devamsızlık yüzde 5, iş gücü devri yüzde 70 artmış; yakınmalar yüzde 38, disiplin cezaları yüzde 44 yükselmiştir ve bu problemlerin kaynağı olarak iş tatmini görülmüştür (Ege, 2000; 9). İş tatmini zaman içerisinde farklılık gösteren bir kavramdır. İş değiştirme, terfi, yaşam tarzında meydana gelen değişiklik gibi işletme içi ve işletme dışı sosyal ve ekonomik durumlarda meydana gelen değişimlere bağlı olarak iş tatmini artmakta ya da azalmaktadır (Yeşilyurt, 1991; 11).

2.5.5. Örgütsel Adalet

Örgütsel vatandaşlık davranışını güdüleyen faktörlerin incelendiği çalışmalarda (Moorman, 1991; Organ, 1998, 1990) en çok vurgulanan bilişsel faktör, çalışanların adalete ilişkin algılamalarıdır. Örgütsel adalet; dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve

etkileşim adaleti olmak üzere üç açıdan değerlendirilmektedir (Özen, İşbaşı, 2000; 50). Bireyler, adaletsizliği algıladıkları zaman üretim hızını ve kalitesini düşürmek yerine örgütsel vatandaşlık davranışları gibi gönüllülüğe dayalı davranışlarını azaltmakta ya da saklama eğilimi göstermektedirler (Özen, 2000; 23-24). Örgütsel adaletsizliği algılayan birey, biçimsel iş tanımında belirtilen görevleri tam olarak yerine getirmediği takdirde biçimsel ödüllerden mahrum kalabileceğini bildiği için örgütsel vatandaşlık davranışlarından vazgeçmektedir (Özen, İşbaşı, 2000; 84).

2.5.6. İşin Özellikleri

Bir işin düzenli geri bildirim ve otonomi sağlayacak nitelikte olması, çalışanların kendi davranışlarını takip etmelerini ve kişisel kontrol duygusu geliştirmelerini sağlar. Van Dyne, Graham ve Dienesch (1994) ile Farh, Podsakoff ve Organ'a (1990) göre, anlamlı görev özellikleri, amir tarafından yakından izlenmenin olmadığı bir otonomi ortamı ve geri bildirim gibi sorumluluk duygusunu harekete geçirici iş özellikleri, iç kaynaklı güdülerin oluşma olasılığını yükselterek örgütsel bağlılığı artırır. Örneğin, bireyin çalışmasının örgütsel performans üzerindeki etkisini anlaması aidiyet ve sorumluluk duygusu oluşturarak vatandaşlık davranışlarının oluşmasını sağlar (Kamer, 2001; 19).

2.5.7. Liderin Özellikleri ve Buna Bağlı Olarak Örgüte Duyulan Güven

Podsakoff, MacKenzie ve Bommer (1996); liderin davranışlarının astların rol gereklerinin üstünde davranış göstermelerinde büyük etkisi olduğunu saptamışlardır. Smith, Organ ve Near (1983) lider desteğinin örgütsel vatandaşlık davranışının vicdanlılık boyutuyla doğrudan, diğerkamalık boyutuyla da iş tatmini vasıtasıyla dolaylı olarak ilişkili olduğunu saptamışlardır. Lider desteğinin bazı örgütsel vatandaşlık davranışları ortaya çıkarması karşılıklılık ilkesiyle açıklanmaktadır (Kamer, 2001; 20).

Organ ve Moorman (1993) çalışanların, yöneticileri hakkında dürüst ve adil davrandıkları şeklindeki değerlendirmelerinin onların karşılık verme düşüncesiyle farklı bir performans şekli olan vatandaşlık davranışları göstermelerine neden olduğunu belirtmişlerdir (Özen, İşbaşı, 2000; 85).

Yöneticilerin çalışanlarla düzenli olarak bilgi alış verişinde bulunmaları, karşılıklı etkileşime açık olmaları, inisiyatif kullanımını teşvik etmeleri gibi tutumları çalışanların onlara güven duymalarını kolaylaştıracaktır. Butler'e göre (1991)

gerektiğinde çalışanların yanında olabilme, görevinde yeterlilik ve tutarlılık gösterme, verdiği sözleri yerine getirme, tarafsız, adil ve dürüst olma, açıklık gibi özellikler çalışanların yöneticilerine olan güvenlerini arttırmaktadır. Çalışanların vatandaşlık davranışları gösterme eğilimleri yöneticilerine karşı oluşan bu güvene karşılık vermek istemeleriyle ortaya çıkmaktadır. Yöneticilerinin sadakatine, örgütteki çalışmalarının samimi bir şekilde değerlendirileceğine ve takdir edileceğine inanan çalışanlar örgüt içindeki önemsiz sorunları büyütmezler (sportmenlik davranışı) veya geçerli mazeretleri olsa bile çalışmalarını sürdürürler (vicdanlılık davranışı) (Özen, İşbaşı, 2000; 86-87).

2.5.8. Yaş, Kıdem ve Hiyerarşik Düzey

Yaşın örgütsel vatandaşlık üzerindeki etkisi kesin olarak belirlenmese de yapılan araştırmalarda, genellikle yaş, çalışma süresi ve örgütsel vatandaşlık arasında olumlu bir ilişki olduğu saptanmaktadır. Başka bir ifadeyle, kişilerin yaşı ve kıdemleri arttıkça örgüte olan bağlılıkları artmakta ve daha çok örgüt yararına davranış sergilemektedirler.

Örgüt içindeki daha kıdemli çalışanlar, daha tecrübeli olmakta ve daha çok çekici pozisyonlar elde etmektedirler. Örgütle özdeşleşme ve örgüte bağlılık dereceleri de artarak kendilerini örgüte ait hissederler. Böylece örgüte daha çok adapte olan çalışanlar örgüt lehine daha çok çalışma eğiliminde olacaktırlar (Özen, İşbaşı, 2000; 86-87).

Morrison'a (1994) göre, kıdemin artmasıyla birlikte işverene olan güven ve bağlılık artmakta buna bağlı olarak da daha fazla yükümlülük hisseden birey daha fazla aktiviteyi rol kapsamında algılayarak örgütsel vatandaşlığa yönelik davranışları göstermektedirler (Özen ve İşbaşı, 2000; 86-87).

2.5.9. Örgütün Özellikleri

Van Dyne, Graham ve Dienesch'a göre (1994) çalışanlar, örgütlerinin kaliteli ürün ve servislere değer verdiğini düşünürlerse, yüksek kaliteye neden olacak davranışları daha çok gösterirler; katılıma önem verdiğini düşünürlerse, bağlanma ve katılımcı vatandaşlık davranışlarını daha çok gösterirler. Yine yeniliğe ve işbirliğine önem verdiğini düşünürlerse yenilikçi ve işbirlikçi davranışları arttırırlar. Sosyal olarak

istenen değerlerin örgüt kültürü için önemli olduğunu algılayan bireyler buna bağlı olarak örgütsel vatandaşlık davranışlarını daha çok gösterecektir (Kamer, 2001; 21).

2.5.10. Kişi Örgüt Bütünleşmesi

Bir örgütte en önemli faktör insan faktörüdür. Çünkü örgütün yapısını oluşturan, şekillendiren, teknolojiyi kullanan, oluşturan hep insandır. Örgütte bulunan çalışanların örgütsel amaçlar doğrultusunda çalışmaları kişi örgüt bütünleşmesini göstermektedir. Modern davranış bilimleri bireyleri, örgüt içinde birleştirmek ve grup içinde istenir kişiliğe sahip olma yönünde yol gösterici bir eğilimdedir. Birey örgüt içinde gereken sosyal değerlere ne kadar çok uyarsa o ölçüde örgüt ile bütünleşmiş olacaktır. Yöneticinin görevi, aynı özelliklere ve uyuma sahip insanları bir araya getirerek örgütsel kültür ve davranış yönünde yeniden sosyalleştirmek olduğu gibi aynı zamanda insan- örgüt ilişkileri doğrultusunda da daha verimli ve örgütsel çalışma düzeni ile daha uyumlu bir yönde çalışanları güdülemektir. Kişi örgüt bütünleşmesi; çalışanlar arasındaki etkileşimin arttığı, karşılıklı yardım ve sosyal tatmin derecesinin en üst düzeyde olduğu, işten kaçma ve iş gücü devrinin en alt düzeyde olduğu ve üretim seviyesinin en üst düzeyde gerçekleştiği bir ortam oluşturduğu için çok önemli bir durumdur (Oktay, 1996; 290-291-295).

2.6. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK İLE BENZER NİTELİKTE OLAN DAVRANIŞLAR

Örgütsel vatandaşlık ile benzer nitelikte olan davranışlardan söz edildiğinde; örgütsel spontanlık, psikolojik kontratlar, rol davranışları, prososyal örgütsel davranış (Sosyal Temelli Örgütsel Davranış) akla gelmektedir (Yücel ve Kaynak, 2008; 686).

2.6.1. Örgütsel Spontanlık

Kişinin özgür iradesine dayanan ve gönüllülüğe dayalı olan, rol tanımlarında yer almayan ancak örgütsel hedeflere ulaşmayı destekleyen davranışlardır. İş arkadaşlarına yardımcı olma, iyi niyetle yaklaşma, kurumu koruma, yapıcı önerilerde bulunma bu tür davranışlara örnektir, örgütsel vatandaşlık ile arasındaki temel fark; örgütsel vatandaşlık davranışları formal ödül sistemi tarafından dikkate alınmayan aktif ve pasif nitelikteki davranışları içerirken, örgütsel spontanlık davranışları, formal ödül sistemi tarafından dikkate alınabilen sadece aktif davranışları içermektedir. Örneğin bir şirkette öneri kutusuna atılan çeşitli öneriler arasından seçilecek olan davranış

ödüllendirilecekse, bireylerin burada öneride bulunmaları örgütsel spontanlıktır ve aktif bir harekettir. Örgütsel vatandaşlıkta ise bireyler şikayet edebilecekken etmeme gibi pasif davranışları da gösterirler (Kamer, 2001; 8-9).

2.6.2. Psikolojik Kontratlar

Örgüte katılan birey, örgütle, yetki, görev ve sorumluluklarını, örgütten kazanacağı ekonomik ve maddi haklarını belirleyen yazılı bir anlaşma imzalar. Fakat, yazılı olmayan bir anlaşma da yapılmış varsayılır. “Psikolojik anlaşma” olarak tanımlanan ve somut olarak var olmayan bu anlaşma, ücretler ve çalışma koşullarına ilişkin “ekonomik anlaşma” ya ektir. Bu yazılı olmayan anlaşma ile, çalışanlar, örgüte karşı belirli bir iş yapmayı ve sadakat göstermeyi garanti ederler; karşılığında ise, sistemden, ekonomik beklentilerin ve ödüllerin yanı sıra, güvenlik, insanca davranış, doyurucu ve medeni ilişkiler, saygınlık, statü kazanma, haklarının verilmesi ve beklentilerinin yerine gelmesi yönünde manevi destek beklerler. Eğer örgüt sadece, ekonomik anlaşmayı hesaba katar, psikolojik anlaşmaya önem vermezse, çalışanlar, işyerine olan bağlılıklarını ve ilgilerini yitirmeye başlarlar (Oktay, 1996; 279).

2.6.3. Rol Davranışları

Morrison ve Law’a göre, çalışanların görevlerini yaparken gösterdikleri davranışları, rol davranışlarıdır. Fakat aynı işi yapan iki çalışanın algıladıkları iş kapsamı farklılık gösterebilmekte buna bağlı olarak da rol davranışlarının kapsamı da değişebilmektedir. Çalışanın algıladığı rol kapsamı ne kadar geniş olursa, örgüt içi faaliyetlerini o derece örgütsel rolü olarak algılamaktadır. Örneğin, arkadaşlarına yardımcı olma, görevlerini gerekenin üzerinde bir dikkatle yapma gibi örgütsel vatandaşlık davranışlarını kişi, rol davranışı olarak düşünebilir ve böylece gerekenin üzerinde bir rol davranışı göstermiş olur (Özen ve İşbaşı, 2000; 34).

2.6.4. Sosyal Temelli Örgütsel Davranış (Prososyal Örgütsel Davranış)

Prososyal örgütsel davranışlar, “fazladan rol” ve “tanımlanmış rol” davranışları şeklinde geniş bir kapsama sahiptir ve örgütsel vatandaşlık davranışları bunun fazladan rol davranışları kapsamına girmektedir. Prososyal örgütsel davranışlar, bireysel veya örgütsel verimlilikte çok çeşitli davranışları içerir ve örgütsel açıdan son derece önemlidir. Başkalarıyla işbirliği kurma, organizasyonu geliştirici fikirler ortaya atma, beklenmeyen tehlikelere karşı organizasyonu koruma vb. prososyal davranışlar örgütün

etkinliğini arttırlar. Ancak, her zaman etkinliği arttırıcı nitelik taşımayabilirler (Özen ve İşbaşı, 2000; 14-15-16; Kamer, 2001; 10).

2.7. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI VE BENZER KAVRAMLARLA ARASINDAKİ İLİŞKİ

Örgütsel vatandaşlık davranışı örgütsel yaşamda bireylerin takım çalışması, motivasyon ve bağlılıkları ile yakından ilgilidir. Çalışanların vatandaşlık davranışı arttıkça örgütteki iş başarı düzeyi de artacaktır. Buna bağlı olarakta örgütün amaçlarına katkıda bulunacaklardır.

2.7.1. Örgütsel Vatandaşlık ve Takım Çalışması

Örgütsel vatandaşlık davranışının temelini takım çalışması oluşturmaktadır. Çoğu kurumda takım olarak nitelendirilen grupların gösterdikleri performans temel şart olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir takım tanımlanmış iş rolleri ve sorumluluklarıyla hareket eden bireyler topluluğundan daha iyi sonuçlar alınır. Takım çalışmasına yatkın olan kişiler daha hızlı bir araya gelip problemi halledebilirler. Takım ruhuna sahip olan kişiler bu konuda başarıma isteği olmayan kişilere göre daha üretken olmaktadır.

Takımlar çok keyif vericidir. Bu önemsiz bir nokta değildir. Çünkü aldıkları keyif performanslarıyla ilişkilidir. Takım olarak çalışmanın getirdiği keyfin farkı, onun takım performansı beslemesi aynı zamanda ondan beslenmesidir. Sonuç olarak, bütün organizasyonların artan bir şekilde karşı karşıya geldikleri tabana yayılmış değişiklik durumlarında takımlar, tepeden tırnağa yöneticiliğin (liderliğin) yönü ve kalitesinin yoğunlaşmasına, yeni davranışların gelişmesine yardım edebilir. Takımlar, insanların birlikte çalışma esasına dayanır. Ayrıca organizasyon içinde ortak bir yönetim duygusunu ve anlayışını geliştirmenin en pratik yoludur (Ölçüm, 2004; 79).

2.7.2. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Motivasyon

İşgörenlerin örgütsel vatandaşlık davranışını yürütmede üç ana güdüden etkilendikleri yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkmıştır;

- Prososyal Değerler
- Organizasyonel Kaygılar
- Etkili Yönetim

Penner ve arkadaşlarına göre; insanların bir davranışı neden yaptığının peşinde olmak gerekir. Özellikle, bir işletmede insanlar davranışlarını ‘nedenlere’ oturarak yaparlar. Yani, bir insanın davranışı o insanın amaç ve ihtiyaçlarının dışı vurumudur. Dolayısıyla; aynı davranışı gösteren iki insanın motivasyonel sebepleri değişiklik gösterebilir. Clary ve arkadaşları da Penner’in bu fikrini desteklemiştir. Onlara göre de, Örgütsel Davranışı ‘nın başarıya ulaşip organizasyonu ileri götürebilmesinin tek yolu amaç ve istek tabanına koyulmuş davranışlardır (Rioux, Penner, 1999).

2.7.3. Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık, bir işgörenin, örgütün amaçlarına ve değerlerine kuvvetle inanması ve onları kabul etmesi; örgütün yararına olacak şekilde kendisinden beklenenin ötesinde çaba göstermeye istekli olması (ekstra rol davranışı) ve örgütün üyesi olarak kalmayı kuvvetle istemesi, şeklinde de ifade edilebilir (Bolat ve Bolat, 2008; 77). Örgütsel vatandaşlık davranışının, işgörenlerin örgütlerine olan bağlılıklarının bir yansıması olduğu şeklindedir. Sosyal mübadele boyutuyla işgörenler, örgütlerinin kendilerine sunduğu olanaklar ölçüsünde, örgütlerine duygusal, normatif ve/veya devam bağlılığı duymakta ve bu bağlılıklarını da örgütlerine katkı sağlayan örgütsel vatandaşlık davranışlarına dönüştürmektedirler. Örgütsel bağlılık konusundaki tanımlar bu bakış açısını desteklemektedir. Nguni, Slegers ve Denesen (2006) örgütsel bağlılığı, örgütün amaç ve değerlerine güçlü bir inanç duyma ve kabullenme; örgüt için yüksek düzeyde çaba gösterme isteği ve örgüt üyeliğini sürdürme arzusu, olarak tanımlamaktadırlar. Benzer şekilde, örgütüne bağlı olan işgörenler, örgüt için yoğun duygular besleyen, görev ve sorumluluklarını düzenli şekilde yapan, kimi zaman bunların ötesinde çaba gösteren, örgüt kurallarına gönüllü olarak uyan, örgütün varlıklarını korumaya çalışan ve örgütün amaçlarını ve vizyonunu paylaşan kişiler olarak ele alınmaktadır. Bu kişiler, başkaları tarafından denetlenen koşullardan çok, eylemin kendisinden ve başarılı sonuçlarından dolayı içsel olarak güdülenirler. Bu yönleriyle örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışının birbiriyle ilişkili olduğu söylenebilir (Bolat ve Bolat, 2008;78).

2.8. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ ÖRGÜTSEL SONUÇLARI

ÖVD ile ilgili ilk çalışmalar, daha çok bu kavramın öncülleri ve boyutları ile ilgili olurken, son zamanlarda yapılan çalışmalar Örgütsel Vatandaşlık Davranışı’nın

örgütsel sonuçları konusunda olmuştur. Genel olarak, Örgütsel Vatandaşlık davranışları sergilenen bir örgüte örgütün sosyal mekanizmasının işleyişi kolaylaşır ve iş görenler arasındaki çatışmalar azalır. Böylece örgütün etkinliği artacak,örgütsel performansı olumlu yönde gelişme gösterebilecektir. Chen ve diğerleri (1998), bir örgütte Örgütsel Vatandaşlık Davranışı'nın var olmasının düşük iş gücü devri sebebiyet verdiğini ifade etmişlerdir. Kendini örgüte adanmış iş görenlerin örgütte daha uzun süre kalırlar, daha kaliteli üretim yaparlar ve örgütün başarısına birçok yönden katılımda bulunurlar. Dolayısıyla, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı'nın bir örgütte yayılması örgüt içinde daha güzel bir is ortamı oluşturacak bu durumda işgören bağlılığı ve nihayet verimlilik ve düşük iş gücü devri ile sonuçlanacaktır. Cohen ve Vigoda (2000), ÖVD'nin örgütsel başarıya katkılarını şu şekilde belirtmişlerdir (Gürbüz, 2007; 57);

ÖVD çalışanlarının ve örgütün verimliliğini artırır.

- Örgütün üstün yetenekli çalışanlarını elinde tutmasını sağlar ve yeni iş görenlere örgüte cezp etme yeteneğini kuvvetlendirir
- Örgüt performansına süreklilik kazandırır.
- Örgüt içindeki grup, ekip ve kişiler arası koordinasyonun sağlanmasına yardımcı olur. Örgütün bulunduğu çevredeki değişim ve dönüşümlere daha uyum sağlanmasına yardımcı olur (Gürbüz; 2006; 59).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ
ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Küreselleşen dünyada artan rekabet, kaos, hızlı teknolojik değişim gibi faktörler, kurumların sosyal sorumlu ve örgütsel vatandaşlık davranışına bağlı olarak bir yönetim anlayışını benimsemeleri gereğini ortaya koymuştur. Bu yönetim tarzı değişimi, aynı zamanda kurumların itibarlarını da yükselten bir dinamik olmuştur. Bu dinamik olgudan yola çıkılarak araştırmanın amacı, kurumlarda sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü belirlemektir.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır ve ilgili literatürdeki araştırmalardan yararlanılarak anket formları düzenlenmiştir.

Anket soruları, anket sorularını cevaplayanların profili ve kurumlardaki kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel davranış kavramlarını irdelemek doğrultusunda düzenlenmiştir ve üç bölüm içinde toplam 49 adet ifade olarak hazırlanmıştır.

3.3. ARAŞTIRMADA UYGULANAN ANKET HAKKINDA GENEL

AÇIKLAMALAR

Araştırmada kullanılan anket soru formu üç bölümden oluşmaktadır. (Anketin giriş bölümünde, kurum çalışanlarına anket formlarının uygulanması öncesinde doldurabilmeleri için anketin herhangi bir yerine isim yazmamaları istenmiştir.)

Anketin birinci bölümünde, demografik özellikleri belirlemeye yönelik 6 adet soru bulunmaktadır. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Davranış değişkenleri ile anlamlı ilişki göstermesi beklenen yaş, cinsiyet, medeni durum, çalışma süresi, işyeri pozisyonu, eğitim düzeyi değişkenlerine ilgili seçenekler belirtilerek anket formunun bu bölümünde yer verilmiştir.

Anketin ikinci bölümde, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ilgili sorulara yer verilmiştir ve cevaplayıcıların ifadelere ne derece katıldıklarını gösteren 5’li likert tipi 20 adet ifade hazırlanmıştır.

Anketin üçüncü bölümde, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile ilgili sorulara yer verilmiştir ve cevaplayıcıların ifadelere ne derece katıldıklarını gösteren 5’li likert tipi 23 adet ifade hazırlanmıştır.

Yöneticilerin ve çalışanların sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranış anlayışlarını saptamaya yönelik geliştirilmiş olan ölçeklerden yararlanılmıştır. Kurum içi kullanılan anket “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeği” literatürde yaygın bir şekilde kullanılan Emel Özarslan’ın (2006) yılındaki “Sosyal sorumluluk projelerinin desteklenmesinde etik değerlerin rolü üzerine karşılaştırmalı bir araştırma “ Yüksek Lisans Tez çalışmasından temin edilmiştir.

“Örgütsel Vatandaşlık Davranış Ölçeği” Mackenzie ve Padsakof tarafından hazırlanan ve Türkiye de birçok araştırmada kullanılan ölçek tercih edilmiştir ve ayrıca Mazlum Çelik ‘Örgüt Kültürü ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı –Bir Uygulama-” adlı Doktora Tez çalışmasından yararlanılmıştır.

3.4. ARAŞTIRMANIN ANAKÜTLE VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın örnekleme, Ankara merkezinde bulunan kamuya bağlı, eğitim sektöründe faaliyet gösteren, bir kurumdaki idari ve akademik personel araştırma evrenini oluşturmaktadır.

Araştırma Ankara merkezinde kamu sektöründe faaliyet gösteren eğitim kurumundaki personel üzerinde uygulanmıştır ve yapılan yüz yüze görüşmeler sonucu anket formları işletme personeline tek tek elden bırakılarak uygulama amacı hakkında kısaca bilgi verilmiştir.

Araştırmada anakütleye göre örneklen seçimi tablo.3.1’de verilen değerlere göre belirlenmiştir. Uygulama kamu kurumunda çalışan 2000 kişi içerisinde yönetimin izinleri doğrultusunda 200 çalışan üzerinde gerçekleştirilmiştir. 200 anket formu hazırlanıp kurum personeline dağıtılmıştır. kurum yönetimi tarafından verilen sürede dağıtılan anket formları kurumdaki iş yoğunluğu nedeniyle 200 anketin tamamı geri dönmemiş olup sadece 161 anket geri dönmüştür. Anketlerin geri dönüşüm oranı % 85 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.1. Belli Anaküteller İçin Kabul Edilebilir Örneklem Büyüklükleri

N - n	N - n	N - n	N - n	N - n	N - n	N - n	N - n
10 - 10	70 - 59	160 - 113	270 - 159	460 - 210	950 - 274	2000 - 322	7000 - 364
15 - 14	75 - 63	170 - 118	280 - 162	480 - 241	1000 - 278	2200 - 327	8000 - 367
20 - 19	80 - 66	180 - 123	290 - 165	500 - 217	1100 - 285	2400 - 331	9000 - 368
25 - 24	85 - 70	190 - 127	300 - 169	550 - 226	1200 - 291	2600 - 335	10000 - 370
30 - 28	90 - 73	200 - 132	320 - 175	600 - 234	1300 - 297	2800 - 338	15000 - 375
35 - 32	95 - 76	210 - 136	340 - 181	650 - 242	1400 - 302	3000 - 341	20000 - 377
40 - 36	100 - 80	220 - 140	360 - 186	700 - 248	1500 - 306	3500 - 346	30000 - 379
45 - 40	110 - 86	230 - 144	380 - 191	750 - 254	1600 - 310	4000 - 351	40000 - 380
50 - 44	120 - 92	240 - 148	400 - 196	800 - 260	1700 - 313	4500 - 354	50000 - 381
55 - 48	130 - 97	250 - 152	420 - 201	850 - 265	1800 - 317	5000 - 357	75000 - 382
60 - 52	140 - 103	260 - 155	440 - 205	900 - 269	1900 - 320	6000 - 361	100000 - 384
65 - 56	150 - 108						

Kaynak: ALTUNIŞIK, Remzi, Recai, ÇOŞKUN, ve Serkan Bayraktaroğlu, Engin YILDIRIM, (2004), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Spss Uygulamalı**, Sakarya Kitabevi, Sakarya, s.125) (N:Anakütle büyüklüğü; n:gerekli örnek büyüklüğü)

3.5. ANKET VERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Anket uygulaması tamamlandıktan sonra, anket formları kontrol edilmiş ve eksiksiz olarak doldurulan anket formları belirlenerek numaralandırılmıştır. Söz konusu anket formlarındaki veriler bilgisayar aracılığıyla SPSS for Windows 11.5 programına kaydedilmiştir ve Kurumsal sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı değişkenlerini ölçmek için istatistiksel analizler yapılmıştır. Bu değerlendirmelerde korelasyon, t-testi ve tek yönlü varyans (anova) analizleri kullanılarak hipotezlerimiz analiz edilmeye çalışılmıştır.

Anket formları ile elde edilen veriler SPSS for Windows 11.5 programında değerlendirilerek ilgili sorulara ait aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve frekansları hesaplanarak tablo haline getirilmiştir. Tablolardaki değerlerden yararlanılarak ifadeler yorumlanmıştır. Bilgisayar aracılığı ile araştırmanın bağımsız değişkenlerine göre, “kesinlikle katılmıyorum”, “kısmen katılmıyorum”, “emin

değilim”, “kısmen katılıyorum” ve “tamamen katılıyorum” derecelerindeki frekanslar ve bu frekanslara ait yüzdeler hesaplanmıştır. Soruların her birinin altında bulunan seçeneklere aşağıdaki puanlama sistemi uygulanarak bilgisayara girilmiştir.

3.6. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Güvenilirlik Analizi (Reliability Analysis), ölçmek istenen bir değişkenin, sürekli olarak aynı ölçeklerin kullanılması halinde, ölçme sonuçlarının birbirine yakınlık derecesini ifade eder. Verilerin güvenilirliği bilimsel çalışmanın ilk şartıdır ve veri toplama aracının da güvenilirliğini gösterir. Güvenilirlik katsayısı (Alpha Değeri), 0,00 ile 1,00 arasında değer alır. Katsayı 1.00'a yaklaştıkça verilerin güvenilirliği yüksek; 0,00'a yaklaştıkça verilerin güvenilirliği düşük olarak yorumlanır.

161 denek üzerinde yapılan araştırma, SPSS for Windows 11.5 paket programında değerlendirmeye tabi tutulmuş ve 5'li Likert tipi anket verilerinin güvenilirliği Cronbach's Alpha yöntemi ile ölçülmüştür. Analiz sonucunda, genel olarak anket verilerinin Alpha katsayısı, 0,93 olarak saptanmıştır. Bu değer 1,00'e çok yakın bir değer olduğundan anketin güvenilir olduğuna ve dolayısıyla araştırmada kullanılmasına karar verilmiştir.

3.7. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

- H₁:** Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış algılamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₂:** Demografik özelliklerine göre çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.
- H_{2a}:** Yaşlarına göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.
- H_{2b}:** Cinsiyetlerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.
- H_{2c}:** Medeni durumlarına göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.
- H_{2d}:** Çalışma sürelerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.

- H_{2e}:** Çalıştıkları pozisyona göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.
- H_{2f}:** Eğitim düzeylerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.
- H₃:** Demografik özelliklerine göre çalışanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.
- H_{3a}:** Yaşlarına göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.
- H_{3b}:** Cinsiyetlerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.
- H_{3c}:** Medeni durumlarına göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.
- H_{3d}:** Çalışma sürelerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.
- H_{3e}:** Çalıştıkları pozisyona göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.
- H_{3f}:** Eğitim düzeylerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.
- H₄:** Kurumsal sosyal sorumluluk boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranış boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.7.1. Anketlerle İlgili Güvenilirlik Analizi

Kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışını algılamalarına yönelik ifadelerin güvenilirlik düzeyinin belirlenmesine ilişkin güvenilirlik analizi yapılmış ve sonuçları tablo 3.2’de gösterilmiştir.

Tablo 3.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Sorularının Güvenirlik Analizi

Ana Faktörler	Cronbach's alpha	Soru Sayısı
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Soruları	0,90	20
Örgütsel Vatandaşlık Davranış Soruları	0,94	23

Elde edilen bulgular sonucunda söz konusu değerlerin 1.00'a yakın bir değerde olması anketi oluşturan soruların, tutarlılık ve güvenilirlik taşıdığını göstermektedir ve bu sonuç doğrultusunda, araştırmada anketlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

3.7.2.Araştırma Örnekleminin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Demografik özellikler frekans dağılımı ile incelenmiştir. Araştırmada uygulanan anket formunda demografik özellikleri belirlemeye yönelik, ankete katılan çalışanların demografik özellikleri ile ilgili bilgiler aşağıda verilmektedir. Ankete katılan toplam çalışan sayısı 151'dir.

3.7.2.1. Ankete Katılan Çalışanların Yaş Durumuna Göre Dağılımı

Anketten elde edilen verilere göre, 21-25 yaş aralığı %9.3 iken 26-40 yaş arasındaki çalışanlar %50.3 41-55 yaş aralığında oran %34.8 iken 55 yaş ve üstü çalışan oranı sadece % 5.6'dır. İlgili değerler Tablo 3.3'de görülmektedir.

Tablo 3.3. Ankete Katılan Çalışanların Yaş Durumuna Göre Dağılımı

YAŞ	SAYI	YÜZDE(%)
21-25	15	9.3
26-40	81	50.3
41-55	56	34.8
55 ve üstü	9	5.6
TOPLAM	161	100

3.7.2.2. Ankete Katılan Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı

Anketten elde edilen verilere göre, anketi cevaplayan çalışanların %33.5 kadın, %66.5'ini erkek çalışanlardan meydana gelmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere anketin büyük kısmını erkek çalışanlar oluşturmaktadır.

Tablo 3.4. Ankete Katılan Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı

CİNSİYET	SAYI	YÜZDE (%)
Kadın	54	33.5
Erkek	107	66.5
Toplam	161	100

3.7.2.3. Ankete Katılan Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Anketten elde edilen verilere göre, ankete katılan 161 kişiden %72.0 evli, %24.8 bekar ve %3.1 dul/boşanmıştır. Elde edilen bulgulara göre ankete katılan çalışanlarının büyük çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir.

Tablo 3.5. Ankete Katılan Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

MEDENİ DURUM	SAYI	YÜZDE(%)
Evli	116	72.0
Bekar	40	24.8
Dul / Boşanmış	5	3.1
TOPLAM	161	100

3.7.2.4. Ankete Katılan Çalışanların Çalışma Yıllarına Göre Dağılımı

Anketten elde edilen verilere göre, 161 çalışandan %25.5'ü 1-5 yıllık kıdeme, %15.5 6-10 yıllık kıdeme, %28.6 11-15 yıllık kıdeme, %14.3 16-20 yıllık kıdeme, %16.1 21 yıl ve üstü kıdeme sahiptir. Bu verilere göre ankete katılan deneklerden 16-20 yıl arası ve 21 yıl ve üstü çalışan sayısının fazla olduğu görülmektedir. Ankete katılanların büyük çoğunluğunun çalışma yıllarına göre deneyimli olduklarını söyleyebiliriz.

Tablo 3.6. Ankete Katılan Çalışanların Çalışma Yıllarına Göre Dağılımı

KIDEM	SAYI	YÜZDE(%)
1-5 yıl	41	25.5
6-10 yıl	25	15.5
11-15 yıl	46	28.6
16- 20 yıl	23	14.3
21 yıl ve üstü	26	16.1
TOPLAM	161	100

3.7.2.5. Ankete Katılan Çalışanların Pozisyonlarına Göre Dağılımı

Anketten elde edilen verilere göre, anket uygulamasına katılan 161 kişiden %72 idari personel ve % 28. akademik personelinden oluşmaktadır.

Tablo 3.7. Ankete Katılan Çalışanların Pozisyonlarına Göre Dağılımı

GÖREVİ	SAYI	YÜZDE(%)
İdari Personel	116	72.0
Akademik Personel	45	28.0
TOPLAM	161	100

3.7.2.6. Ankete Katılan Çalışanların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Anketten elde edilen verilere göre Tablo 3.7’de ankete katılanlardan eğitim düzeyi lise olan %41.6, yüksekokul/ üniversite olan % 48.4, master olan %2.5 e doktora olan % 7.5’dir.

Tablo 3.8. Ankete Katılan Çalışanların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

EĞİTİM DURUMU	SAYI	YÜZDE(%)
Lise	67	41.6
Yüksekokul/Üniversite	78	48.4
Master	4	2.5
Doktora	12	7.5
TOPLAM	161	100

3.8. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN ANALİZ EDİLMESİ

Bu bölümde kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi ve iki değişkenin çalışanların demografik özelliklerine göre farklılıklarını tespit etmek amacıyla geliştirilmiş hipotezlere ait veriler tablolarla ifade edilmiş ve hipotezlere ait sonuçlar değerlendirilmiştir.

3.8.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkilerin Analizi

H₁: Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış algılamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.9. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analiz Sonuçları

		Örgütsel Vatandaşlık Davranışı
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Pearson Correlation (r)	0,294**
	Sig.(2-Tailed) (p)	0,000
	N	161

** 0,01 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 3.9’da Ankete katılan çalışanların kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik görüşleri ile örgütsel vatandaşlık davranışlarının algılama düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Buna göre; iki değişken arasındaki ilişkide korelasyon analiz sonucu ($r=0,294$) olarak tespit edilmiştir ve ilişkinin anlamlılık düzeyi ($p=0,000$) olarak çıkmıştır. Sonuç olarak İki değişken arasında 0,01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Korelasyon katsayısının +1 ile -1 değerleri arasında değiştiği ve +1’e yaklaştıkça iki değer arasındaki ilişkinin pozitif ilişki olacağı göz önüne alınırsa ,+0,294 değeri iki değişken arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Korelasyon analizi sonucunda elde edilen bulgulara göre; ankete katılan çalışanlara yönelik işletme bazında kurumsal sosyal sorumluluk adı altında gerçekleştirilen uygulamalar, çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir. Bu durumda iki değişken arasındaki olumlu bir ilişkinin varlığından dolayı “Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış algılamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.” Şeklindeki H_1 hipotezimiz kabul edilmiştir. çalışanlarına karşı sosyal sorumluluğunu yerine getirmesini beklemektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi tespit etmek için regresyon analiz tekniğinden yararlanılmıştır.

Tablo 3.10. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış Arasındaki İlişkinin Regresyon Analiz Sonuçları

MODEL	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahmini Standart Hatası
1	0,294 a	0,087	0,081	0,771962

a.Bağımsız değişken: kurumsal sosyal sorumluluk

b.Bağımlı değişken: örgütsel vatandaşlık davranışı

ANOVA

1		Kareler Toplamı	df	Kareler ortalaması	F	Önem düzeyi
	Regresyon	9,161	1	9,161	15,073	0,000 a
	Artan	96,642	159	0,608		
	Toplam	105,803	160			

MODEL		Standart olmayan katsayılar		Standart katsayılar	t	Önem düzeyi
		B	St.Hata	Beta		
	Constant	1,795	0,229	,294	7.840	,000
	Kurumsal	0,344	0,088		3.882	,000

Tablo 3.10'da görüldüğü üzere araştırmada yer alan bağımsız değişkenin standart Beta katsayıları ile t ve p değerleri verilmiştir. Bağımlı değişken olan örgütsel vatandaşlık davranışını açıklamada kurumsal sosyal sorumluluğun önemli bir faktör olduğunu yapılan regresyon analizinden anlamak mümkündür. $R^2=0.087$ olduğundan kurumsal sosyal sorumluluk değişkenindeki değişimin sadece % 8,7'lik kısmını açıklayabilmektedir. Yapılan regresyon analizinde beta (standardize edilmiş regresyon katsayısı) $\beta=0.294$ tür. Bu değer ise istatistiksel açıdan anlamlı bir katkıyı ifade etmektedir. Sonuç olarak kurum bazında gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında meydana gelecek bir standart sapmalılık artış çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı gösterme eğilimlerinde 0,294 standart sapmalılık değişimi ile sonuçlanacaktır.

3.8.2. Demografik Özelliklerine Göre Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamaları Arasındaki İlişkinin Analizi

H₂: Demografik özelliklerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları farklılık göstermektedir.

Ankete katılan çalışanların KSS ile demografik özelliklerinin göstergesi olan yaş, cinsiyet, çalışma süresi, pozisyon ve eğitim düzeyi değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile geliştirdiğimiz hipotezleri test etmek için t-testi ve tek yönlü varyans (Anova) analiz tekniği kullanılarak incelenmiştir.

H_{2a}: Yaşlarına göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.

Tablo 3.11. H_{2a} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

YAŞ	N	MEAN	F	Anlamlılık (p)
21-25	15	2,42	0,163	0,921
26-40	81	2,47		
41-55	56	2,54		
55 ve üstü	9	2,44		
TOPLAM	161	2,49		

Tablo 3.11’da görüldüğü gibi uygulanan F testi sonucunda (F=0,163) ve anlamlılık düzeyi $p= 0,921$ olarak bulunmuştur. $P> 0,05$ olduğu için ($0,921>0,05$) kurum çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk ile yaşları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bundan dolayı H_{2a} hipotezimiz red edilmiştir.

H_{2b}: Cinsiyetlerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.

Tablo 3.12. H_{2b} Hipotezi ve T-testi Analiz Sonuçları

Cinsiyet	N	Aritmetik Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	t Değeri (t)	Serbestlik derecesi (sd)	Anlamlılık (p)	F	Sig.
Bayan	54	2,65	0,70	2,129	159	0,037	0,462	0,497
Erkek	107	2,40	0,68					

Tablo 3.12’de kurum çalışanlarının cinsiyetleri ile kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine yönelik yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre erkek çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk görüşlerini sorgulayan maddelerin tümünden aldıkları puanların aritmetik ortalamaları bayan çalışanların aldıkları puanların aritmetik ortalamalarından düşüktür. Bayan ve erkek çalışanların puanlarının aritmetik ortalamaları arasında görülen bu farkın anlamlı olup olmadığını sınamak için t testi analiz sonucunda anlamlılık düzeyi $p= 0,037$ ($t = 2,129$) olarak tespit edilmiştir. $P> 0,05$ ($0,497> 0,05$) olduğu için bayan e erkek çalışanlar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu ortaya çıkmıştır. Bu yüzden H_{2b} Şeklindeki hipotezimiz red edilmiştir.

H_{2c}: Medeni durumlarına göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.

Tablo 3.13. H_{2c} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

MEDENİ DURUM	SAYI	MEAN	F	Anlamlılık (p)
Evli	116	2,53	0,696	0,500
Bekar	40	2,38		
Dul / Boşanmış	5	2,39		
TOPLAM	161	2,49		

Tablo 3.13’da görüldüğü gibi uygulanan F testi sonucunda ($F=0,696$) ve anlamlılık düzeyi $p= 0,500$ olarak bulunmuştur. $P> 0,05$ olduğu için ($0,500>0,05$) kurum çalışanlarının kurumsal soysal sorululuk ile medeni durumları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bundan dolayı H_{2c} hipotezimiz red edilmiştir.

H_{2d}: Çalışma sürelerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.

Tablo 3.14. H_{2d} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

KIDEM	SAYI	MEAN	F	Anlamlılık (p)
1-5 yıl	41	2,54	0,744	0,563
6-10 yıl	25	2,63		
11-15 yıl	46	2,36		
16- 20 yıl	23	2,44		
21 yıl ve üstü	26	2,53		
TOPLAM	161	2,49		

Tablo 3.14'te görüldüğü gibi uygulanan F testi sonucunda (F=0,744) ve anlamlılık düzeyi p= 0,563 olarak bulunmuştur. P> 0,05 olduğu için (0,563 > 0,05) kurum çalışanlarının kurumsal soysal sorumluluk ile kurumdaki çalışma süreleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bundan dolayı H_{2d} hipotezimiz red edilmiştir.

H_{2e}: Çalıştıkları pozisyona göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.

Tablo 3.15. H_{2e} Hipotezi ve T-testi Analiz Sonuçları

	N	Aritmetik Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	t Değeri (t)	Serbestlik derecesi (sd)	Anlamlılık (p)	F	Sig
İdari Personel	116	2,47	0,68	- 0,469	159	0,653	0,637	0,426
Akademik Personel	45	2,53	0,74					

Tablo 3.15'de kurum çalışanlarının kurumdaki pozisyonları ile kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine yönelik yapılan analiz sonucunda idari personelin kurumsal sosyal sorumluluk görüşlerini sorgulayan maddelerin tümünden aldıkları puanların aritmetik ortalamaları akademik personelin aldıkları puanların aritmetik ortalamalarından düşüktür. (2,47<2,53) . Bu değişkenlerin puanlarının aritmetik ortalamaları arasında görülen farkın anlamlı olup olmadığını sınamak için t testi analiz sonucunda anlamlılık düzeyi p= 0,653 (t = -0,469) olarak tespit edilmiştir. P> 0,05 (0,426> 0,05) olduğu için idari ve akademik personel arasında

anamlı bir farklılığın olmadığı ortaya çıkmıştır. Sonuç itibariyle H_{2e} Şeklindeki hipotezimiz red edilmiştir.

H_{2f} : Eğitim düzeylerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.

Tablo 3.16. H_{2f} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

EĞİTİM DURUMU	SAYI	MEAN	F	Anamlılık (p)
Lise	67	2,38	0,988	0,400
Yüksekokul/Üniversite	78	2,55		
Master	4	2,43		
Doktora	12	2,67		
TOPLAM	161	2,49		

Tablo 3.16’da görüldüğü gibi kurumdaki çalışanların eğitim düzeyleri ile kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki ilişkinin analizinde uygulanan F testi sonucunda ($F=0,988$) ve anlamlılık düzeyi $p= 0,400$ olarak bulunmuştur. $P> 0,05$ olduğu için ($0,400 > 0,05$) kurum çalışanlarının kurumsal soysal sorumluluk ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bundan dolayı H_{2f} hipotezimiz red edilmiştir.

3.8.3. Çalışanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Analizi

H_3 : Demografik özelliklerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.

Ankete katılan çalışanların ÖVD ile demografik özelliklerinin göstergesi olan yaş, cinsiyet, çalışma süresi, pozisyon ve eğitim düzeyi değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile geliştirdiğimiz hipotezleri test etmek için t-testi ve tek yönlü varyans (Anova) analiz tekniği kullanılarak incelenmiştir.

H_{3a} : Yaşlarına göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranış algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 3.17. H_{3a} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

YAŞ	N	MEAN	F	Anlamlılık (p)
21-25	15	3,08	1,597	0,192
26-40	81	2,59		
41-55	56	2,62		
55 ve üstü	9	2,60		
TOPLAM	161	2,65		

Tablo 3.17’de görüldüğü gibi kurumdaki çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri ile yaşları arasındaki ilişkinin analizinde uygulanan F testi sonucunda (F=1,597) ve anlamlılık düzeyi p= 0,192 olarak bulunmuştur. P> 0,05 olduğu için (0, 192> 0,05) değişkenler arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bundan dolayı H_{3a} hipotezimiz red edilmiştir.

H_{3b}: Cinsiyetlerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 3.18. H_{3b} Hipotezi ve T-testi Analiz Sonuçları

Cinsiyet	N	Aritmetik Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	t Değeri (t)	Serbestlik derecesi (sd)	Anlamlılık (p)	F	Sig
Bayan	54	2,72	0,87	0,779	159	0,037	1,123	0,291
Erkek	107	2,61	0,78					

Tablo 3.18’de kurum çalışanlarının cinsiyetleri ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine yönelik yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre erkek çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışını algılama düzeylerini sorgulayan maddelerin tümünden aldıkları puanların aritmetik ortalamaları bayan çalışanların aldıkları puanların aritmetik ortalamalarından yüksektir. Bayan ve erkek çalışanların puanlarının aritmetik ortalamaları arasında görülen bu farkın anlamlı olup olmadığını sınamak için t testi analiz sonucunda anlamlılık düzeyi p= 0,037 (t =0,779) olarak tespit edilmiştir. P> 0,05 (0,291> 0,05) olduğu için bayan e erkek çalışanlar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu yüzden H_{3b} Şeklindeki hipotezimiz red edilmiştir.

H_{3c}: Medeni durumlarına göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 3.19. H_{3c} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

MEDENİ DURUM	SAYI	MEAN	F	Anlamlılık (p)
Evli	116	2,52	5,317	0,006
Bekar	40	2,99		
Dul / Boşanmış	5	2,82		
TOPLAM	161	2,65		

Tablo 3.19'da görüldüğü gibi uygulanan F testi sonucunda (F=5, 317) ve anlamlılık düzeyi $p=0,006$ olarak bulunmuştur. $P<0,05$ olduğu için ($0,006<0,05$) kurum çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışı ile medeni durumları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bundan dolayı H_{3c} hipotezimiz kabul edilmiştir. Buna göre bekar olanlar evli ve boşanmış olanlara göre sosyal sorumluluk algılamaları farklılık göstermektedir.

H_{3d}: Çalışma sürelerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 3.20. H_{3d} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

KIDEM	SAYI	MEAN	F	Anlamlılık (p)
1-5 yıl	41	2,67	0,472	0,756
6-10 yıl	25	2,83		
11-15 yıl	46	2,55		
16- 20 yıl	23	2,64		
21 yıl ve üstü	26	2,61		
TOPLAM	161	2,65		

Tablo 3.20'de görüldüğü gibi uygulanan F testi sonucunda (F=0,472) ve anlamlılık düzeyi $p=0,756$ olarak bulunmuştur. $P>0,05$ olduğu için ($0,756>0,05$) kurum çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışı ile kurumdaki çalışma süreleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bundan dolayı H_{3d} hipotezimiz red edilmiştir.

H_{3e}: Çalıştıkları pozisyona göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 3.21. H_{3e} Hipotezi ve T-testi Analiz Sonuçları

Pozisyon	N	Aritmetik Ortalama (X)	Standart Sapma (SS)	t Değeri (t)	Serbestlik derecesi (sd)	Anlamlılık (p)	F	Sig
İdari personel	116	2,54	0,748	-2,84	159	0,011	6,486	0,12
Akademik personel	45	2,93	0,908					

Tablo 3.21’de kurum çalışanlarının pozisyonları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine yönelik yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre idari personelin örgütsel vatandaşlık davranışını algılama düzeylerini sorgulayan maddelerin tümünden aldıkları puanların aritmetik ortalamaları akademik personelin aldıkları puanların aritmetik ortalamalarından düşüktür. Buna göre; çalışanların puanlarının aritmetik ortalamaları arasında görülen bu farkın anlamlı olup olmadığını sınamak için t testi analiz sonucunda anlamlılık düzeyi $p=0,011$ ($t=-2,84$) olarak tespit edilmiştir. $P>0,05$ ($0,12>0,05$) olduğu için idari ve akademik personel arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu yüzden H_{3e} Şeklindeki hipotezimiz red edilmiştir.

H_{3f}: Eğitim düzeylerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.

Tablo 3.22. H_{3f} Hipotezi ve Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

EĞİTİM DURUMU	SAYI	MEAN	F	Anlamlılık (p)
Lise	67	2,34	7,393	0,000
Yüksekokul/Üniversite	78	2,80		
Master	4	2,95		
Doktora	12	3,27		
TOPLAM	161	2,65		

Tablo 3.22’de görüldüğü gibi uygulanan F testi sonucunda ($F=7,393$) ve anlamlılık düzeyi $p= 0,000$ olarak bulunmuştur. $P > 0,05$ olduğu için ($0,000 > 0,05$) kurum çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışı ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bundan dolayı H_{3f} hipotezimiz kabul edilmiştir. Buna bağlı olarak eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal sorumluluk algılamalarında farklılaşmıştır.

3.8.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış Boyutları Arasındaki İlişkinin Analizi

Ankete katılan çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranış boyutları algılama düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek için korelasyon istatistik analiz tekniği kullanılmıştır. Buna göre; değişkenler arasındaki ilişkide korelasyon analiz sonuçları Tablo 3.23’de verilmiştir.

H₄: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları ile Örgütsel Vatandaşlık Boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.23. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Boyutları ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış Boyutları arasındaki İlişkinin Korelasyon Analiz Sonuçları

		Sivil erdem	Vicdanlılık	Sportmenlik	Özgecilik	Nezaket
Ekonomik sorumluluk	Pearson Correlation (r)	,157	,110	,149	,108	,143
	Sig.(2-Tailed) (p)	,047	,163	,059	,173	,070
	N	161	161	161	161	161
Yasal sorumluluk	Pearson Correlation	,387(**)	,306(**)	,316(**)	,302(**)	,306(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	161	161	161	161	161
Etik sorumluluk	Pearson Correlation	,309(**)	,248(**)	,268(**)	,227(**)	,268(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,004	,001
	N	161	161	161	161	161
Gönüllü sorumluluk	Pearson Correlation	,180	,146	,190	,177	,193
	Sig. (2-tailed)	,023	,064	,016	,024	,014
	N	161	161	161	161	161

** 0,01 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarından Yasal sosyal sorumluluk; örgütsel vatandaşlık davranış boyutları arasındaki korelasyon katsayı sonuçları şu şekildedir; sivil erdem ($r=0,387$) ; vicdan ($r=0,306$) ; sportmen ($r=0,316$) ; özgecilik ($r=0,302$); nezaket ($r=0,306$) olarak tespit edilmiştir ve bu değerler yasal sosyal sorumluluk ile örgütsel vatandaşlık davranış boyutları arasında çok güçlü olmasa da orta düzeyde pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir, sonuç itibariyle İki değişken arasında 0,01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre; kurumun sosyal sorumluluklarını paydaşları açısından değerlendirdiğimizde çalışanlarına karşı olan yasal sorumluluklarını örgütsel davranış boyutları açısından yerine getirdiği ortaya çıkmaktadır. Yani kurumun paydaşlarına karşı olan yasal sorumluluklarını yerine getirmesi çalışanlarını da gönüllü davranışlar sergilemesine yönlendirmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarından Etik sosyal sorumluluk; örgütsel vatandaşlık davranış boyutları arasındaki korelasyon katsayı sonuçları şu şekildedir; sivil erdem ($r=0,309$) ; vicdan ($r=0,248$) ; sportmen ($r=0,268$) ; özgecilik ($r=0,227$); nezaket ($r=0,268$) olarak tespit edilmiştir ve İki değişken arasında 0,01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre; kurumda anlamlı bir ilişkinin olması çalışanların sivil erdem, vicdanlılık, sportmenlik, özgecilik ve nezaket davranışlarını sergilerken bu davranışlar konusunda kurumun uygulamış olduğu çalışma hakkına saygı gösterme, adil ücret ödeme, çalışanlarına özgürce konuşma hakkı sunmak, özel hayatlarının gizliliğine saygılı olmak gibi etik sosyal sorumluluk faaliyetlerinden etkilendiği ortaya çıkmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarından Ekonomik sosyal sorumluluk ve gönüllü sosyal sorumluluk hiçbir örgütsel vatandaşlık davranış boyutları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Tablo 3.24. Hipotezler ve Araştırma Bulguları

Hipotez No	Hipotez İçeriği	Kabul / Red
H₁	Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış algılamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2a}	Yaşlarına göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.	RED
H_{2b}	Cinsiyetlerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.	RED
H_{2c}	Medeni durumlarına göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.	RED
H_{2d}	Çalışma sürelerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.	RED
H_{2e}	Çalıştıkları pozisyona göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.	RED
H_{2f}	Eğitim düzeylerine göre çalışanların sosyal sorumluluk algılamaları arasında farklılık vardır.	RED
H_{3a}	Yaşlarına göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.	RED
H_{3b}	Cinsiyetlerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.	RED
H_{3c}	Medeni durumlarına göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.	KABUL
H_{3d}	Çalışma sürelerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.	RED
H_{3e}	Çalıştıkları pozisyona göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.	RED
H_{3f}	Eğitim düzeylerine göre çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeyleri arasında farklılık vardır.	KABUL
H₄	Kurumsal sosyal sorumluluk boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranış boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Uygulama” konu başlıklı tez ile ilgili yapılan araştırma sonucu elde edilen bulguların değerlendirilmesi yapılmıştır ve bu sonuçlar doğrultusunda öneriler verilmiştir.

Bu çalışmadaki teorik çerçevenin birinci bölümünde, kurumsal sosyal sorumluluk; ikinci bölümünde, örgütsel vatandaşlık davranışı kavramlarının tanımı, tarihsel gelişimi, günümüzdeki önemi, boyutları, teorik temelleri, kavramlar üzerinde yapılan çalışmalar gibi söz konusu kavramları açıklayıcı nitelikteki teorik kısım oluşturulmuştur. Üçüncü bölümde ise; kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki üzerine araştırma Ankara merkezinde kamu sektöründe faaliyet gösteren eğitim kurumundaki personel üzerinde uygulanmıştır ve araştırmanın örneklemini oluşturan bireylerin seçiminde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Bu araştırmanın temel amacı; küreselleşen dünyada artan rekabet, hızlı teknolojik değişim, kaos gibi faktörler, işletmelerin sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışına bağlı olarak bir yönetim anlayışını benimsemeleri gereğini ortaya koymuştur. Bu yönetim tarzı değişimi, aynı zamanda işletmelerin itibarlarını da yükselten bir dinamik olmuştur. Bu dinamik olgudan yola çıkılarak söz konusu işletmelerin yöneticilerinin ve çalışanlarının sosyal sorumluluk ve örgütsel davranış anlayışlarının tespiti, sosyal sorumluluğu oluşturan ve etki eden değişkenlerden biri olan örgütsel vatandaşlık davranışı ile üst ve alt kademedeki çalışanların yaklaşımlarının ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Küreselleşmenin getirdiği değişmelere bağlı olarak; iş dünyasında yaşanan gelişmeler, hızlı değişim, belirsizlikler çerçevesinde, işletmelerin sayısal olarak hızlı bir şekilde artması dikkat çekmektedir. İşletmelerin artık bu kadar fazla sayıda olması ciddi boyutlarda insani ve sosyal sorunları beraberinde getirmiştir. Sanayi devrimi sonrası işletmeler faaliyetlerini sürdürürken, çevreye ve toplumsal kültüre geri dönülemez kadar önemli zararlar vermiştir. İşletmeler sanayi devriminden sonra sadece üretime önem vermiş ve paydaşlarının isteklerine önem göstermemiştir. Son yıllarda işletmeler sadece sorunsuz ve kaliteli üretim yapmanın paydaşlarına karşı olan görevlerini yerine getirmede yeterli olmayacağını

görmüştür. Kuruluşları paydaşlarının gözünde farklılaştıracak unsur olan sosyal sorumluluk kavramına önem göstermeye başlamıştır.

Kuruluşlar sosyal sorumluluk kavramına önem gösterirken kar amacı güden kurumların ve kar amacı gütmeyen kurumların yaklaşımları farklı olmuştur. Kar amacı güderek ortaya çıkan kurumlar, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti yürütürken bazı kaygılar sonucunda bu konuya önem göstermiştir. Bu kaygılar iç ve dış müşterilerin sempatisini kazanıp kar ve pazar paylarını maksimize ederek işletmeyi hissedarlara karşı daha cazip hale getirmektir.. Bu sayede işletmeler çevreye ve topluma faydalı birer kurum olduğunu gösterip uzun vadede müşteri memnuniyetini sağlamayı planlamaktadır. Kar amacı gütmeyen kurumlar ise kamu oyununda kar amacı güden işletmelerin yürüttükleri faaliyetlere hem ön ayak olma hemde bu faaliyetleri denetleme noktasında bu konuya dahil olmaktadır. Bu kurumlar kar amacı gütmedikleri için olaya doğayı düşünerek ve toplumsal unsurları dikkate alarak daha objektif yaklaşmaktadırlar.

Kurumlar genel olarak çalışmamızda aktardıklarımızı dış çevresini düşünerek yapmaktadırlar. Yalnız işletmelerin sadece dış çevresi yoktur aynı zamanda sorumlu olduğu birde iç çevresi vardır. Bu çalışma hazırlanırken bu konu dikkate alınarak karar verilmiştir. Kurumlar tüketicileri düşündüğünde sosyal sorumluluk projelerinin en alasını yaparken söz konusu kendi çalışanları olduğunda ne kadar sorumluluk sahibiler sorusunu sormak gerekiyor. Eğer kurumlar çalışanlarına karşı olan sorumluluklarını yerine getiriyor ise çalışanların bu faaliyetten ne kadar memnun olduğu ve örgütsel vatandaşlık davranışına bunu ne kadar yansıttığı da önem kazanıyor.

Örgütsel vatandaşlık davranışı zorlamaya dayanmayan gönüllü davranışlardır. Çalışanların örgüt menfaatine olan, fazladan çabaları sadece çalışanların insiyatifindedir. Kurumun çalışanlarına sunduğu samimiyet, aile olma hissi, çalışanın ihtiyacı olduğunda yanında olma gibi gönül bağı kuracağı faaliyetlerde bulunmalıdır.

Bu çalışma kar amacı gütmeyen bir eğitim kurumunda yapılmış olması İncelenen eğitim kurumunun çevreye karşı sosyal sorumluluk adına ortaya koyduğu kamuya yansıyan projesi, Halkın Üniversitesi projesi kapsamında başka bir ildeki lise öğrencilerine kütüphanesi için kitap ve maddi durumu iyi olmayan öğrenciler içinde bot ve mont gibi ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik bir çalışma yapmıştır. Aynı zamanda

düzenledikleri kermesten toplanan maddi kaynağında söz konusu liseye göndermiştir. Bu faaliyetler göz önünde bulundurulduğunda çevreye karşı sosyal sorumluluklarını yerine getiren bir kurumun kendi çalışanları için de aynı sorumlulukları uygulayacağı yönünde bulgulara ulaşılmıştır.

Korelasyon analizi sonucunda elde edilen bulgulara göre; ankete katılan çalışanlara yönelik işletme bazında kurumsal sosyal sorumluluk adı altında gerçekleştirilen uygulamalar, çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı algılama düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir. Bu durumda iki değişken arasındaki olumlu bir ilişkinin varlığından dolayı “Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Vatandaşlık Davranış algılamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.” diyebiliriz.

Bulgular neticesinde işletmede çalışanların, demografik özelliklerinden yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, çalışma süresi bakımından kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarının her biri hakkında benzer algılamalara sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Yine bulgular neticesinde işletmede çalışanların, demografik özelliklerinden yaş, cinsiyet, çalışma süreleri, çalıştıkları pozisyon bakımından örgütsel vatandaşlık davranış boyutlarının her biri hakkında benzer algılamalara sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanında demografik özelliklerinden medeni durumları ve eğitim düzeyleri açısından bir farklılık tespit edilmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun boyutları ve örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları açısından elde edililen bulgular yasal ve etik anlamda sosyal sorumluluklarını yerine getiren kurumların çalışanlarının da örgütsel açıdan sergilemeleri gereken davranışları artırdıkları tespit edilmiştir. Sonuç itibarıyla; kurumlar yasal ve etik anlamda sorumluluklarını yerine getirdiklerinde aynı oranda çalışanlarınada örnek oluştururlar ve çalışanlarda işletmeye karşı bağlılıklarını artırır işe geç kalmalar azalır, kurum içinde işbirliği yaparak verim artırıcı yönde çalışmalar hız kazanır.

Yapılan tez çalışmasında çözüm önerileri bölümüne ek olarak verilebilecek öneriler şöyle sıralanabilir:

- Kurumlar çalışanların örgüte karşı olan gönüllü davranışlarını ortaya çıkarıp verimliliği artırabilirler.
- Kurumların çalışanları hangi mevkide olursa olsun her çalışanına eşit davranmaları gerekir. Bu eşitliğin sağlanmaması çalışanların kuruma karşı gönüllü katılımlar da bulunmamasına neden olur.
- Çalışanların vatandaşlık davranışı göstermelerini sağlamak için kurumlar, çalışanların işletmeye karşı gönül bağı kurmasına neden olacak faaliyetleri yürütmelidir.
- Kar amacı gütmeyen kurumların sosyal sorumluluğa yeterince önem vermesi kurum imajını ve çalışanlarının verimliliğini artıracaktır.
- Kar amacı gütmeyen kurumların, özellikle akademik çalışmaların kaynağı olan eğitim kurumlarının bu konuda daha ciddi çalışmalara yönelmesi gerekmektedir.
- İşletmeler; işletme çerçevesinde, çalışanlarına yönelik çalışma hakkına saygı göstermek, adil ücret ödemek, özgürce konuşma hakkı sunmak, özel hayatlarının gizliliğine saygılı olmak gibi etik sosyal sorumluluk gibi faaliyetleri kapsayan uygulamalara önem vermeli ve bu yönde tutum ve davranışlar sergilemelidirler.

Sonuç olarak kurumsal sosyal sorumluluğu ilke edinmiş olan kurumlar paydaşlarına karşı olan sorumluluklarını yerine getirmek için ekonomik sorumluluklar, yasal sorumluluklar, etik sorumluluklar ve gönüllü sorumlulukları politikaları, stratejileri ve faaliyetlerine yansıtırlar ise beraberinde çalışanların örgütsel vatandaşlık tutumlarında artırabilirler

EKLER

EK 1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Sayın Katılımcı

Bu anket formu Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yüksek Lisans Programında “**Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Uygulama**” konulu akademik tez çalışmasına yönelik olarak verilerin toplanması amacı ile düzenlenmiştir. Araştırmada sizlerden ad ve soyadı gibi kişisel bilgiler istenmemekte olup, sonuçlar sadece araştırmada kullanılacaktır. Araştırmaya zaman ayırarak katıldığınız ve gösterdiğiniz samimiyetiniz için teşekkür ederim.

Araştırma Sorumlusu

Yeliz İMAN ÇAM

Dumlupınar Üniversitesi

İşletme Yüksek Lisans Öğrencisi

DEMOGRAFİK BİLGİLER
<p>1. Kaç yaşındasınız?</p> <p><input type="radio"/> 21-25 <input type="radio"/> 26-40 <input type="radio"/> 41-55 <input type="radio"/> 55 ve üstü</p>
<p>2. Cinsiyetiniz?</p> <p><input type="radio"/> Kadın <input type="radio"/> Erkek</p>
<p>3. Medeni durumunuz ?</p> <p><input type="radio"/> Evli <input type="radio"/> Bekar <input type="radio"/> Dul / Boşanmış</p>
<p>4. Şu andaki iş yerinizde ne kadar süredir çalışmaktasınız?</p> <p><input type="radio"/> 1-5 yıl <input type="radio"/> 5-10 yıl <input type="radio"/> 10-15 yıl <input type="radio"/> 15-20 yıl <input type="radio"/> 20 yıl ve üstü</p>
<p>5. Şu andaki iş yerinizde pozisyonunuz nedir?</p> <p>.....</p>
<p>6. Eğitim durumunuz nedir?</p> <p><input type="radio"/> Lise <input type="radio"/> Yüksekokul / Üniversite <input type="radio"/> Master <input type="radio"/> Doktora</p>

Aşağıdaki ifadelerden sizin için <i>en uygun olan sayıyı</i> işaretleyiniz.						
1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Kararsızım 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum						
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANKET SORULARI						
1	Kurumumuz, karını artırmaya yönelik çalışmaz.	1	2	3	4	5
2	Kurumumuz, toplumun yaşam kalitesini artıracak gönüllü projelere katkı sağlar	1	2	3	4	5
3	Kurumumuz, hukuki ve yasal düzenlemelere uygun bir biçimde çalışır.	1	2	3	4	5
4	Kurumumuz, toplumun etik değerlerine uyumlu şekilde çalışır.	1	2	3	4	5
5	Kurumumuz, devletin ve yerel yönetimlerin koyduğu yasal düzenlemelere uyumludur.	1	2	3	4	5
6	Kurumumuz, kar elde etmeyi düşünmez	1	2	3	4	5
7	Kurumumuz, toplumun yardım ve hayır beklentileriyle uyumlu faaliyetlerde bulunur.	1	2	3	4	5
8	Kurumumuzda, toplum tarafından benimsenen etik değerler kabul edilir ve bunlara saygı gösterilir.	1	2	3	4	5
9	Kurumumuz, yasalara uyan kuramsal vatandaş olarak tanımlanır.	1	2	3	4	5
10	Kurumumuz, örgüt açmalarına ulaşmak için kabul ettiği etik değerlerden taviz verebilir.	1	2	3	4	5
11	Kurumumuz, rekabetçi pozisyonu sürekli kılmaya çalışır.	1	2	3	4	5
12	Kurumumuzda, yöneticiler ve çalışanlar toplumsal faaliyete gönüllü olarak katılır.	1	2	3	4	5
13	Bu kurumda operasyonel verimlilik yüksek düzeyde gerçekleşir.	1	2	3	4	5
14	Kurumumuzun, etik değerlere uygun iyi bir kuramsal vatandaş olarak tanımlanması önemlidir.	1	2	3	4	5
15	Kurumumuz yasal zorunlulukları yerine getiren başarılı organizasyon olarak tanımlanır.	1	2	3	4	5
16	Kurumumuz, güzel sanatlara ve sahne sanatlarına katkıda bulunur.	1	2	3	4	5
17	Kurumumuz, kar amacı gütmeyen başarılı bir organizasyon olarak tanımlanır.	1	2	3	4	5
18	Kurumumuz, asgari düzeyde yasal gereksinimleri karşılayacak şekilde hizmet vermeye gayret eder.	1	2	3	4	5
19	Kurumumuz, kurumsal bütünlük ve etik davranışın yasalara uyanın ötesinde bir şey olduğunu kabul eder.	1	2	3	4	5
20	Kurumumuzun, etik değerlere uygun iyi bir kuramsal vatandaş olarak tanımlanması önemlidir.	1	2	3	4	5

Aşağıdaki ifadelerden sizin için en uygun olan sayıyı işaretleyiniz.

1. Kesinlikle katılıyorum

2. Katılıyorum

3. Kararsızım

4. Katılmıyorum

5. Kesinlikle Katılmıyorum

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI ANKET SORULARI

1	Yorucu bir iş yaparken veya özel bir sorunu varken dahi iş arkadaşlarına içten ilgi ve nezaket gösterir.	1	2	3	4	5
2	Genellikle işleri ile ilgili problemlerden yakınmaz	1	2	3	4	5
3	Ciddi sonuçlar doğurabilecek konularda diğerleri onunla aynı düşüncede olmasa bile fikirlerini dürüstçe ifade eder.	1	2	3	4	5
4	İş arkadaşları işlerini yaparken yeni ve daha etkin yöntemleri denemesi konusunda cesaretlendirir.	1	2	3	4	5
5	İşi ile ilgili önemli bir adım atmadan önce üstünü mutlaka bildirir.	1	2	3	4	5
6	İşe zamanında gelir.	1	2	3	4	5
7	Olaylara olumlu bakmaz.	1	2	3	4	5
8	Görevlerini hatasız yapar.	1	2	3	4	5
9	Kurum hakkında yapılan eleştirilerde şirketi savunur.	1	2	3	4	5
10	Kurumumuzu dışarıda gururla temsil eder.	1	2	3	4	5
11	Birlikte yaptıkları işleri nasıl getirebileceklerine ilişkin önerilerini almak için iş arkadaşları ile sürekli iletişim halindedir.	1	2	3	4	5
12	Fikirlerini beyan etme konusunda çekingen davranan arkadaşlarını konuşmaları için cesaretlendirilir.	1	2	3	4	5
13	Herhangi bir karar alırken bu karardan etkileneceği düşünülen herkesin fikrini alır ve danışır.	1	2	3	4	5
14	Çay kahve yemek aralarını uzatmaz.	1	2	3	4	5
15	İş arkadaşları izne ayrıldıklarında onların yerini alacak şekilde kendi iş programlarını düzenler.	1	2	3	4	5
16	Kurumda, değişimleri izler ve diğerlerinin değişimi kabul etmesinde aktif rol oynar.	1	2	3	4	5
17	İş arkadaşlarının haklarını yemez	1	2	3	4	5
18	İşe gelememek konusunda geçerli sebepleri olduğu günlerde bile devamsızlık yapmaz	1	2	3	4	5
19	Kurumumuza yeni yapılan personelin işine intikabı konusunda kendiliğinden yardımcı olur.	1	2	3	4	5
20	Görevi ile ilgili toplantılarda düzenli olarak yer alır ve tartışmalara aktif olarak katılır.	1	2	3	4	5
21	Herhangi bir sebeple işinin başında olamayan arkadaşlarını görevlerini gönüllü olarak yapar.	1	2	3	4	5
22	İşlerini zamanında tanımlayamaz	1	2	3	4	5
23	Hiçbir karşılık gözetmeden işlerini yetiştiremeyen arkadaşlarına yardım eder.	1	2	3	4	5

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

AKTAN, Can (2007), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İGİAD Yayınları, İstanbul.

AKTAN, C. Can ve Deniz BÖRÜ (2007), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, C., Can, AKTAN, (Ed.), İGİAD Yayınları, İstanbul, ss.11-37.

ALTUNIŞIK, Remzi, ÇOŞKUN, Recai ve BAYRAKTAROĞLU, Serkan, YILDIRIM, Engin (2004), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Spss Uygulamalı**, Sakarya Kitabevi, Sakarya.

ARGÜDEN, Yılmaz (2002), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, Rota Yayınları, İstanbul.

ATAMAN, Göksel (2001) **İşletme Yönetimi Temel Kavramlar ve Yeni Yaklaşımlar**, Türkmen Kitapevi , İstanbul.

AY, Ünal (2003), **İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk**, Nobel Yayınları, İstanbul.

AYDEDE, Ceyda (2007), **Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, Mediacat Kitapları, İstanbul.

AYDEMİR, Muzaffer (2007), “İşletmelerin İşgörenlere Karşı Sosyal Sorumlulukları ve SA 8000 Standardı”, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, C. Can AKTAN, (Ed.), İGİAD Yayınları, İstanbul, ss.99-123.

BARUTÇUGİL, İsmet (2004), **Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi**, Kariyer Yayınları, İstanbul.

BARTOL, Kathryn M., MARTİN, David C. (1991), **Managament**, McGraw-Hill Inc., New York.

- BAŞARAN, İ. Ethem (1991), **Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü**, Gül Yayınları, Ankara.
- BAYRAK, Sabahat (2001), **İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk**, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- CAN, Halil (1991), **Organizasyon ve Yönetim**, Adım Yayıncılık, Ankara.
- CAN, Halil, Tuncer DOĞAN ve Ayhan DOĞAN (1991), **İşletmecilik Bilgisi**, Adım Yayıncılık, Ankara.
- CERTO, Samuel (1992), **Modern Management**, Allyn and Bacon Inc.
- ÇELİK, Adnan (2007), “Şirketlerin Sosyal Sorumluluğu”, **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, C. Can AKTAN, (Ed.), İGİAD Yayınları, İstanbul, ss.61-85.
- DİNÇER, Ömer (1991), **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, Timaş Yayınları, İstanbul.
- _____ (1998), **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- ENGİN, Feridun (1964), **İktisat**, İstanbul Ü. Yayınları, 4. Baskı, İstanbul.
- EREN, Erol (2000), **İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., Genişletilmiş 5. Baskı, İstanbul.
- ERGÜN, Esin (1992), **İşletme Politikası**, Der Yayınları, İstanbul.
- ERDOĞAN, İlhan (1996), **İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.

- GORDON, Kathryn (2001), **The OECD Guidelines and Other Corporate Responsibility Instruments: A Comparison**, Directorate For Financial, Fiscal and Enterprise Affairs Working Papers on International Investment
- GREENBERG, J., BARON, R. A. (2000), **Behavior in Organizations**, 7th Ed., Prentice-Hall, NewJersey.
- HATİBOĞLU, Zeyyat (1994), **İşletme Yönetimine Giriş**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- HATİBOĞLU, Zeyyat (1995), **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, Lebib Yayınevi, İstanbul.
- İNCİR, Gülten (1990), **Çalışanların İş Doyumu Üzerine Bir İnceleme**, Produktivite Merkezi Yayınları, 401, Ankara.
- JOHNS, T. (1995), **Business Basic: Organizatiol Behavior**, First Edu., BPP Publishing, London.
- KOÇEL, Tamer (2003), **İşletme Yöneticiliği**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- KOTLER, Philip ve Nancy, LEE (2008), **Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, Kaçamak, Sibel (Çev.), Mediacat Kitapları, 2.Baskı, İstanbul.
- MONSEN, R. Joseph (1973), **Business and the Changing Evrionment** , McGarw-Hill, Inc.
- OKTAY, Mahmut (1996), **İşletmeciler İçin: Davranış Bilimlerine Giriş**, Der Yayınları, İstanbul.
- ORGAN, Denis (1988), **Organization Citizenship Behaviors: The Good Soldier Syndrome**, Lexington Boks, Lexington Mass USA.

ÖLÇÜM, Münevver (2004), **Örgütsel Vatandaşlık Davranışı**, Nobel Yayınevi, Ankara.

ÖZGENER, Şevki (2004), **İş Ahlakının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım**, Nobel Yayınevi, Ankara.

SABUNCUOĞLU, Zeyyat ve Melek TÜZ (2005), **Örgütsel Psikoloji**, Alfa Aktüel Basım Yayın, Bursa.

SAVAŞ, Vural Fuat (2000), **İktisadın Tarihi**, Siyasal Kitapevi, Ankara.

SCHERMERHORN, John, R. (1993), **Management For Productivity**, John Wiler and Sons Inc., NewYork.

ŞİMŞEK, Şerif, Tahir AKGEMİCİ ve Adnan ÇELİK (2005), **Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış**, Adım Matbaacılık, Konya.

TATARI, Begüm (2003), **Şirketlerin Toplumla İlişkisinde Yükselen Değer: Kurumsal Sosyal Sorumluluk**, İstanbul.

TORLAK, Ömer (2006), **Pazarlama Ahlakı: Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi**, Beta Yayınları, İstanbul.

ÜSTÜNEL, Besim (1994), **Ekonominin Temelleri**, Alfa Yayınları, 6.Baskı , İstanbul.

YÜKSEL, Öznur (2006), **Davranış Bilimleri**, Gazi Kitabevi, Ankara.

YAMAK, Sibel (2007), **KSS Kavramının Gelişimi**, Beta Yayınları, İstanbul.

MAKALELER

- ACAR, Zafer (2006), “ÖVD: Kavramsal Gelişimi ile Kişisel ve Örgütsel Etkileri”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 7(1).
- BARON, R. (1989), “Personality and Organizational Conflict: Effects of The Type a Behavior Pattern and Self-Monitoring”, **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 44, pp. 281-296.
- BOLAT , Oya İnci; BOLAT, Tamer (2008), “Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi”, **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** , Cilt 11.
- BERNSTEIN, Aaron (1997), “Sweatshop Police”, **Business Week**, 3549.
- Conduct of Codes, (1998), **Export Today**, Vol. 14, 9.
- ÇAKIR, Begüm (2006), “SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumuna Olan Etkileri”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- ÇELİK, Uğur (2004), “Sosyal Sorumluluk Kavramının Uluslar arası Çalışma Örgütü ve AB Normlar Açısından İncelenmesi ve Türkiye için Bir Değerlendirme”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- ÇERİK, Şule; ÖZARSLAN, Emel (2008), “Çalışanların Sosyal Sorumluluk Boyutlarına İlişkin Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama”, **Ege Akademik Bakış**, (8) 2.
- EGE, Barış (2000), “İşgören Tatminini Etkileyen Faktörler Ve İşgören Tatmini İle İşgören Davranışı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.

- EREN, Erol (1990), “İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim”, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları**, Cilt 1, 3. Baskı, İstanbul.
- FABIAN, Teresa (1998), “Social Accountability 8000 (SA8000); The First Auditable”, **Global Standart For Ethical Sourcing CEPAA**.
- GOBBELS, Math, JONKER, Jan (2003), “AA1000 and SA8000 Compared: A Systematic Comparis on Of Contemporary Accountabilitiy Standards”, **Managerial Auditing Journal**, Vol: 18, No:1.
- GÜRBÜZ, Sait (2006), “Örgütsel Vatandaşlık Davranısı ile Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Arastırma”, **Ekonomik ve Sosyal Arastirmalar Dergisi**, Cilt:3, No:1.
- GRAHAM, J. W. (1991), “An Essay On Organizational Citizenship Behavior”, **Employee Responsibilities and Rights Journal**, 4, 249-270.
- HALICI, Ali (2001), “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stretejileri; Çanakkale İlinde Bir Araştırma.”, **Uludağ Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi** Cilt:19.
- İŞBAŞI, Özen; ÖZEN, Janset (2000), “Çalışanların Yöneticilerine Duydukları Güvenin ve Örgütsel Adaletle İlişkin Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Oluşumundaki Rolü: Bir Turizm Örgütünde Uygulama”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- İŞSEVEROĞLU, Gülsün (2001), “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik”, **Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt:8, Sayı:2.
- JOHNSON, H. H. (2003), Does It Pay To Be Good? Social Responsibility and Financial Performance, **Business Horizons**.

- KAMER, Meltem (2001), “Örgütsel Güven, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkileri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KARAHAN, Şilan (2006), “Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerine Etkisi” Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- KELGÖKMEN İLİC, Derya (2010), “İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması”, **Ege Akademik Bakış / Ege Academic Review**, 10 (1).
- KIDWELL, Roland, MOSSHOLDER, Kevin W. BENETH, Nathan (1997), “Cohesiveness and Organizational Citizenship Behaviour: A Multilevel Analysis Work Groups and Individuals”, **Journal of Management**, 123 (6).
- KÖSE, Sevinç; KARTAL, Burak; KAYALI, Nilgün (2003), “ÖVD ve Tutuma İlişkin Faktörlerle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı:20.
- L’ETANG, Jacquie (1994), “Public Relations and Corporate Social Responsibility: Issues Arising” **Journal of Business Ethics**, Vol 13(2).
- MOHR, L. A., WEBB, D. J. (1997), “The Effect of Corporate Social Responsibility and on Consumer Responses”, **The Journal of Consumer Affairs**.
- MUNOZ TORRES, Maria Jesus, FERNANDEZ IZQUIERDO, Maria Angeles, ROSARİOBALAGUER FRANCHN, Maria (2004), “The Social Responsibility Performance Of Ethical And Solidarity Funds: An Approach To The Case Of Spain”, **Business Ethics: A European Review**, Vol:13.

NALBANT, Eser (2005), “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı”, **Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt 1, Sayı 1.

ONAY, Atılım (2003), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Kurgu Dergisi**, Eskişehir.

ÖZARSLAN, Emel (2006), “Sosyal Sorumluluk Projesinin Desteklenmesinde Etik Değerlerin Rolü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

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

ÖZDEVECİOĞLU, Mahmut (2003), “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İle Üniversite Öğrencilerinin Bazı Demografik Özellikleri ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı:20.

PODSAKOFF, Philip M., MACKENZIE, S. B., PAİNE, J. B., BACHRACH, D.G. (2000), “Organization Citizenship Behaviors: A Critical Review of The Theoretical and Empirical Literature and Suggestions For Future Research” **Journal of Management**, No: 26.

RICHARDS, Don (1998), “New Environmental Standard Could Alter Business Behavior”, **Chemical Market Reporter**, Vol:253 N:18.

RİOUX, S. and PENNER, L. (1999), “The causes of organizational behavior: motivational analysis”, **Journal of Applied Psychology**, 86(6).

- SEYMEN, Dilek (2005), “Dış Ticaret-Çevre İlişkilerinin Değerlenmesi: Sürdürülebilir Ticaret Teori ve Türkiye Değerlendirmesi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** ,Cilt:7 Sayı:3.
- ŞAHİN, Mehmet (1996), “İşletme Yönetimi ve Sosyal Sorumluluk Kavramı”, **Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:2 Sayı:1.
- ŞAHİN, Esin (1996), “İşletme Çevre Etkileşimi ve İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- ŞENER, Mustafa (1996), “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi FBE, İstanbul.
- ŞİMŞEK, Birgül (1999), “Yöneticilerin Çalışanlara Karşı Etik Sorumlulukları”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 1, Sayı:3.
- TENEKECİOĞLU Birol, (1977), “İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları”, **İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi**, Cilt:13, Sayı:2.
- TARANTINO, Dominic A. (1998), “Principled Business Leadership”, **Vital Speeches of the Day**, Vol:64(18).
- TURNIPSEED, D. L. (2002), “Are Good Soldiers Good? Exploring the Link Between Organizational Citizenship Behavior and Personel Ethics”, **Journal of Business Research**, 55.
- UZKESİCİ, Nuray (2005), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk”, **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Kurgu Dergisi**, Sayı:25, Eskişehir.

VAN DYNE, Linn, GRAHAM, Jill, W., DIENESCH, Richard, M. (1994), “Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement, and validation” **Academy of Management Journal**, Vol.37, pp.765–802.

YEŞİLYURT, N. (1991), Örgütlerde Personel Motivasyonunun Yönetici Personel Açısından Ele Alınması, **İstanbul Üniv. SBE Yayınları**, İstanbul.

YÜCEL, Cemil, KAYNAK (TAŞÇI), Selma (2008), “Öğretmenlerin Kişilik Özellikleri Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 20, Konya.

İNTERNET KAYNAKLARI

<http://www.sbe.deu.edu.tr/SBEWEB/dergi/dergi03/sa%208000.htm>(08.07.2009)

<http://www.canaktan.org/yonetim/degisim-caginda-yonetim/yonetim-genel.htm>
(13.09.2009)

<http://www.genbilim.com/content/view/7453/90/>(12.01.2009)

http://www.kurumsalsosyal.com/tr-TR/basak-guclu/1366_gonulluluk-calismalari-kssyi-nasil-besler.aspx(15.10.2009)

http://www.kurumsalsosyal.com/tr-TR/basak-guclu/1366_gonulluluk-calismalari-kssyi-nasil-besler.aspx(15.01.2010)

http://www.kalder.org.tr/genel/15kongre/sunumlar/tayfun_bayazit.pdf(30.07.2009)

<http://notoku.com/09-kurumsal-iletisimin-sosyal-sorumluluk-ve-etik-boyutu/>(15.09.2009)

http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR_KOD=5271/ (12.12.2009)

http://www.istatistikanaliz.com/korelasyon_analizi.asp.(15.09.2009)

<http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/meslek-ahlaki/sosyal-sorumluluk.htm>(13.09.2009)

<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c8s13/makale/c8s13m7.pdf> (18.02.2010)

4857 Sayılı İş Kanunu, (2003) Md:5.

DİZİN

A

ahlaki sorumluluk.....11, 23, 24

D

Demografik özellikler68
diğerkamlık49, 55

E

ekonomik sorumluluk.....6, 11, 19, 20, 86

G

gönüllülük29, 30, 52

İ

iş tatmini.....52, 54, 55

K

kurumsal sosyal sorumluluk... v, 5, 7, 12, 15, 37,
39, 63, 70, 72, 74, 75, 76, 80, 83, 84, 85

N

nezaket50, 51, 81, 90

Ö

örgüt 2, 11, 46, 47, 48, 49, 52, 53, 56, 57, 58, 60,
61, 84, 89

örgütsel davranış..... 57, 58, 63, 81, 83
örgütsel vatandaşlık davranışı.. v, 45, 46, 47, 48,
51, 53, 55, 59, 60, 63, 67, 70, 71, 72, 76, 77,
78, 79, 80, 82, 83, 84, 85

R

rol davranışı 46, 51, 58, 60

S

sivil erdem 81
sosyal sorumluluk .. v, 2, 3, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12,
13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 26, 27,
29, 30, 31, 32, 34, 35, 37, 41, 43, 63, 64, 66,
67, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 80, 81, 82, 83,
84, 85, 86

sportmenlik 49, 56, 81

V

vicdanlılık 48, 55, 56, 81

Y

yasal sorumluluk 20, 21, 22, 23, 29, 81, 86