

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

ÇALIŞANIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK
PROJELERİNE KATILIMININ ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA
DÜZEYİNE ETKİSİ: YEŞİM TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET
A.Ş. ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Barbaros SÖNMEZ

KOCAELİ, 2016

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

ÇALIŞANIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK
PROJELERİNE KATILIMININ ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA
DÜZEYİNE ETKİSİ: YEŞİM TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET
A.Ş. ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Barbaros SÖNMEZ

Doç. Dr. Nihal Paşalı TAŞOĞLU

KOCAELİ, 2016

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

ÇALIŞANIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK
PROJELERİNE KATILIMININ ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA
DÜZEYİNE ETKİSİ: YEŞİM TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET
A.Ş. ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Barbaros SÖNMEZ

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 01.06.2016/11

Jüri Başkanı : Doç.Dr. Nihal Paşalı TAŞOĞLU

Jüri Üyesi : Doç.Dr. Nuray Yılmaz SERT

Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Dr. Sevim KOÇER

KOCAELİ, 2016

ÖNSÖZ

Tez çalışmam süresince, bana yol gösteren ve her zaman yanımda olan sevgili hocam Doç. Dr. Nihal Paşalı Taşoğlu'na teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca, akademik gelişim sürecime çok değerli ve önemli katkılarda bulunan kıymetli hocalarım, Prof. Dr. İdil Sayımer, Doç.Dr. Emel Karagöz, Doç. Dr. Aybike Pelenk Özel ve Yrd. Doç. Dr. Sevim Koçer'e müteşekkirdiğimi belirtmek isterim.

Tezimin uygulama kısmına destek veren Yeşim Tekstil İnsan Kaynakları Departmanı çalışanlarına da en içten dileklerimle teşekkür ederim.

Bununla birlikte hayatımda yardıma ihtiyacım olduğu anlarda desteklerini benden esirgemeyen aileme ve arkadaşlarıma da şükranlarımı sunarım.

“Çalışırken yüksek öğrenim yapmak gerçekten çok zor!” Benim için bu süreci kolaylaştıran insanlara minnettarım.

Verimde benimle olan,

Bir İnsan'a...

Barbaros SÖNMEZ

Kocaeli, 2016

İçindekiler

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
KISALTMALAR.....	iii
TABLolar.....	iv
ŞEKİLLER.....	v
GİRİŞ	1
I. BÖLÜM KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA.....	4
1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı.....	4
1.1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Gelişimi	6
1.1.1.1. Kurum Merkezli Kurumsal Sosyal Sorumluluk Dönemi	7
1.1.1.2. Toplumsal Beklentiler Odaklı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Dönemi	12
1.1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları	20
1.1.2.1. Hissedarlara Karşı Sorumluluklar	22
1.1.2.2. Tüketicilere/ Müşterilere Karşı Sorumluluklar	23
1.1.2.3. Devlete Karşı Sorumluluklar	27
1.1.2.4. Tedarikçilere Karşı Sorumluluklar.....	27
1.1.2.5. Rakiplere Karşı Sorumluluklar	28
1.1.2.6. Topluma Karşı Sorumluluklar	29

1.1.2.7. Çevreye Karşı Sorumluluklar.....	31
1.1.2.8. Çalışanlara Karşı Sorumluluklar	34
1.2. Örgütsel Yabancılaşma Kavramı	37
1.2.1. Örgütteki İnsan Unsurunun Yabancılaşması	43
1.2.2. Örgütsel Yabancılaşmanın Boyutları	45
1.2.2.1. Güçsüzlük Boyutu.....	47
1.2.2.2. Anlamsızlık Boyutu	48
1.2.2.3. Kuralsızlık Boyutu	49
1.2.2.4. Tecrit Boyutu	50
1.2.2.5. Kendinden Uzaklaşma Boyutu.....	51
II. BÖLÜM ÇALIŞANIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNE KATILIMININ ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA DÜZEYİNE ETKİSİ	53
2.1. Çalışanların Katılım Durumları Dikkate Alınarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Gerçekleştirirken İzlenebilecek Yollar	53
2.2. Çalışanların KSS Projelerine Katılımının Önemi	62
2.3. Örgütsel Yabancılaşmanın Nedenleri	66
2.4. Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerine Katılımının Örgütsel Yabancılaşma Mücadelede Bir Mekanizma Olarak Kullanılabilirliği	72
2.4.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Sayesinde Çalışanlara Yönelik Elde Edilebilecek Kazanımlar	76
2.4.2 Çalışanın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerine Katılımının Örgütsel Yabancılaşma Düzeyine Etkisi	83

III. BÖLÜM ÇALIŞANIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNE KATILIMININ ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA DÜZEYİNE ETKİSİ: YEŞİM TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş. ÖRNEĞİ 89

3.1. Araştırma Yapılan Şirket Hakkında Genel Bilgi..... 89

3.2. Araştırmanın Önemi ve Amacı..... 90

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları..... 91

3.4. Araştırmanın Yöntemi..... 91

3.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi..... 92

3.4.2. Veri Toplama Yöntemi ve Uygulama 92

3.4.3. Analiz Yöntemi 94

3.4.4 Araştırmanın Hipotezleri ve Hipotez Modeli 95

3.5. Araştırmanın Bulguları..... 96

3.5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri 96

3.5.2. Araştırmanın Güvenilirlik Analizi ve Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin Faktör Analizi 97

3.5.2.1. Güvenilirlik Analizi 97

3.5.2.2. Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin Faktör Analizi 98

3.5.3. Araştırmanın Hipotez Testlerinin İncelenmesi 100

SONUÇ..... 118

KAYNAKÇA 122

EK-1 ANKET 136

ÖZGEÇMİŞ..... 138

ÖZET

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ve örgütsel yabancılaşmaya (ÖY) ilişkin çalışmaların 1950'li yıllarda işlevsel çalışmalar içerisinde büyük bir ivme kazandığı belirtilebilir. Buna paralel olarakda her iki kavram tarihsel süreç içerisinde gelişim göstermiş ya da farklı anlamları bünyesine dâhil etmiştir. Bununla birlikte özellikle teknolojik gelişmelerin ve toplumsal dönüşümlerin etkisiyle nitelikli insan gücüne duyulan ihtiyaç sürekli artmaktadır. Hem KSS hem de ÖY kavramları doğrudan insan gücünü ilgilendiren ve etkileyen kavramlardır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde söz konusu kavramlara ilişkin çalışmaların önemini yitirmeyeceği söylenebilir.

KSS kavramının tarihsel gelişimine bakıldığında, kurum merkezli bir anlayıştan, kurumun parçası olduğu toplumun beklentileri odaklı bir anlayışa doğru evrilme olduğu belirginleşen bir durum olarak işaretlenebilir. KSS anlayışının temelinde değer oluşturma vardır. Bu değer oluşumu kurumun en önemli paydaşı olan çalışanı da içermektedir. Kurum tarafından gerçekleştirilen KSS projelerinin çalışanın kendini değerli hissetmesini sağlayacağı ifade edilebilir. Yabancılaşma basitçe kişinin emeğinin kıymetini yitirmesi sonucunda kendini değersiz hissetmesi olarak açıklanabilir. ÖY, çalışanın kendini değersiz hissetmesine neden olarak örgütteki başarısını olumsuz yönde etkilemektedir. Basitçe belirtmek gerekirse; değer kazandırma odaklı KSS ile değer kaybı nedeni ÖY arasındaki ilişki olduğu tartışılabilir. Başka bir ifadeyle, KSS projeleri sonucundaki kazanımlar, örgütsel yabancılaşmanın nedenlerini izale edebilir.

Bu çalışmada, çalışanların KSS projelerine katılımlarının sağlanmasının, örgütsel yabancılaşma ile mücadelede bir araç olarak kullanılabilirliği incelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda öncelikle uygulama kısmına kavramsal bir zemin oluşturma adına ilgili yazında yer alan çeşitli yaklaşımlar incelenerek teorik altyapı tartışılmıştır. Daha sonra, Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. çalışanları üzerinde uygulama yapılarak; çalışanların KSS projelerine katılımı ile sosyal sorumluluk bilinci, kurumuna yönelik KSS algısı ve ÖY düzeyleri arasındaki ilişki ölçülmüştür. Sonuç olarak, çalışanların KSS projelerine katılımlarının sağlanmasıyla; çalışanın sosyal sorumluluk bilinci, kurumuna yönelik KSS Algısı ve ÖY düzeyi arasında çok anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sosyal Sorumluluk Bilinci, Sosyal Sorumluluk Algısı, Katımlı KSS Projeleri, Örgütsel Yabancılaşma.

ABSTRACT

The studies regarding Corporate social responsibility and organizational alienation started to gain momentum within functionalist discipline in the the 1950s. In addition to this, both terms have displayed an improvement or called as other words having different meanings in the historical process. The need of qualified work force has also continuously increased due to the effect that the development of technology and social transformation brought about. The Corporate Social Responsibility and Organisational Alienation are the concepts directly related to the labor force and affecting that. It can be told that the significance of the studies as to these concepts will never come to end when evaluated in this situation.

When the concept of CSR is studied in the historical progress, there is the explicit evidence of the perception based on the expectations of the public a part of the organization but not organization-based. On the basis of CSR there is a value formation. This value includes the worker which is the most important stakeholder of the organization, too. The projects of CSR realized by the organization can be pointed out that they make the employees feel themselves precious. To put it all in simple terms, alienation means how unimportant a person feels when she or he doesn't experience any respect for her or his effort by others. Organizational alienation is that this feeling of the person in the organization affects the success of all the organization in a negative way. It can be discussed that there is a relation between CSR based on value-building and OA having a reason of value-loss. In other words, the gains of the CSR projects can remove the reasons of OA.

In the study, aim is to research the use of the employees as a means of the struggle with the organisational alienation by providing the participation of the employees to the CSR projects. In this context, theoretical part of the concepts stated above is researched for the base of the application part by being made a study of various approaches. Following, Yesim Tekstil Sanayi ve Ticaret AS making practice on workers; Social Responsibility Consciousness, CSR Perceptions and OA levels were measured considering the involvement of employees of the CSR project. As a result, with the employees involvement in the projects of CSR has very meaningful relation with Social Responsibility Consciousness, CSR perception for their institution, and OA levels.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Employee Participation CSR Projects, Social Responsibility Consciousness, Social Responsibility Perception, Organizational Alienation.

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.Ş.	: Anonim Şirket
Bkz.	: Bakınız
CED	: Committee for Economic Development
ILO	: International Labour Organization
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
KSS	: Kurumsal Sosyal Sorumluluk
ÖY	: Örgütsel Yabancılaşma
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TDK	: Türk Dil Kurumu
UN	: United Nations
WWW	: World Wide Web
WB	: World Bank

TABLÖLAR

Tablo 2.1. Sosyal Sorumluluk Projesi Gerçekleştirme Çeşitleri	61
Tablo 2.2. Motivasyon Temelli Toplum Gönüllülüğü KSS Projesi Geliştirme Stratejileri	65
Tablo 2.3. KSS Projesi Gerçekleştirme Çeşitlerine Göre Kurum Kazanımları.....	77
Tablo 2.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesiyle Çalışanların Kazanımları.....	82
Tablo 2.5. KSS Projelerine Katılım Durumuna Göre Örgütsel Yabancılaşma Düzeyi	88
Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı.....	96
Tablo 3.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	98
Tablo 3.3. ÖY İfadelerine Yönelik Bartlett ve KMO Testlerinin Sonuçları	98
Tablo 3.4. ÖY Ölçeğinin Faktör Analizi	99
Tablo 3.5. Cinsiyet Değişkeni ile Araştırma Ölçeklerinin T-Testi Sonuçları	100
Tablo 3.6. Medeni Durum Değişkeni ile Araştırma Ölçeklerinin T-Testi Sonuçları	101
Tablo 3.7. Yaş Değişkeni ile Sorumluluk Bilinci Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	102
Tablo 3.8. Sorumluluk Bilincine Göre Yaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları.....	102
Tablo 3.9. Yaş Değişkeni ile Sorumluluk Algısı Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	103
Tablo 3.10. Sorumluluk Algısına Göre Yaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları.....	103
Tablo 3.11. Yaş Değişkeni ile ÖY Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları	104
Tablo 3.12. ÖY Düzeyine Göre Yaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları.....	104
Tablo 3.13. Eğitim Durumu Değişkeni ile Sorumluluk Bilinci Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	105
Tablo 3.14. Sorumluluk Bilincine Göre Eğitim Durumu Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları.....	105
Tablo 3.15. Eğitim Durumu Değişkeni ile Sorumluluk Algısı Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	106

Tablo 3.16. Sorumluluk Algısına Göre Eğitim Durumu Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları.....	106
Tablo 3.17. Eğitim Durumu Değişkeni ile Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	107
Tablo 3.18. Örgütsel Yabancılaşma Düzeyine Göre Eğitim Durumu Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları.....	107
Tablo 3.19. Aylık Maaş Değişkeni ile Sorumluluk Bilinci Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	108
Tablo 3.20. Sorumluluk Bilincine Göre Aylık Maaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları.....	108
Tablo 3.21. Aylık Maaş Değişkeni ile Sorumluluk Algısı Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	109
Tablo 3.22. Sorumluluk Algısına Göre Aylık Maaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları.....	109
Tablo 3.23. Aylık Maaş Değişkeni ile Örgütsel Yabancılaşm Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	110
Tablo 3.24. Örgütsel Yabancılaşma Düzeyine Göre Aylık Maaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları.....	110
Tablo 3.25. Çalışma Süresi Değişkeni ile Sorumluluk Bilinci Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	111
Tablo 3.26. Çalışma Süresi Değişkeni ile Sorumluluk Algısı Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	112
Tablo 3.27. Çalışma Süresi Değişkeni ile Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları.....	112
Tablo 3.28. KSS Projesine Katılım Durumu ile Araştırma Ölçeklerinin T-Testi Sonuçları.....	113
Tablo 3.29. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Korelasyon Analizi	114
Tablo 3.30. Sorumluluk Bilinci ile ÖY Boyutları Arasında Regresyon Analizi	115
Tablo 3.31. Sorumluluk Algısı ile ÖY Boyutları Arasında Regresyon Analizi	116

ŞEKİLLER

Şekil 3.1. Hipotezlere İstinaden Hazırlanan Model	95
Şekil 3.2. Sorumluluk Bilinci ve Algısı ile ÖY Boyutları Arasındaki İlişki Modeli.....	117

GİRİŞ

İnsan, örgütün hem kurucusu olması hem de sahip olduğu diğer unsurları etkileyebilme kapasitesi bakımından ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Bu ayrıcalıklı konumu nedeniyle örgütün en değerli varlığının insan olduğu söylenebilir. Bu değeri etkin şekilde kullanamayan örgütler başarılı olamazlar. Ancak, insanı belirli hedeflere yöneltmek ve birim zaman birim iş skalasında çalıştırmak oldukça zordur. Çünkü insan bir makine değildir. İnsan davranışında, mantığın yanı sıra duygular ve vicdan da belirleyici olabilmektedir. İnsanın, temel gereksinimlerinden birinin var olduğu topluma yarar sağlamak ve bu yararın karşılığında da toplumdan saygı görmek olduğu belirtilebilir. Bu iki yönlülük bünyesinde hem değer oluşturmayı hem de oluşturulan bu değerın duygusal ve psikolojik anlamda tatminini yaşamayı içermektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramının, tarihsel süreç içerisinde, kurum merkezli bir yaklaşımdan, kurumun parçası olduğu toplumun beklentilerine odaklanan bir anlayışa doğru evrildiği belirginleşen bir durum olarak işaretlenebilir. Günümüzde kurumların, içerisinde faaliyet gösterdiği toplumun beklentilerini karşılamak için KSS projeleri gerçekleştirme çabalarında artış gözlemlenmektedir. Bahse konu KSS projelerinde yer alan çalışanların, kurumlarının toplum için değer yaratmayı hedefleyen faaliyetleri konusunda farkındalıklarının artacağı, kendilerini bu değer yaratma sürecinin bir parçası olarak görecekları ve bu değer yaratmanın sonucunda da toplumdan saygı görecekları belirtilebilir.

Yabancılaşma basitçe kişinin emeğinin değersizleşmesi sonucunda içinde bulunulan grup ya da toplumdaki saygınlığın da yitilmesi olarak açıklanabilir. Bununla birlikte kavramsal olarak bakıldığında yabancılaşma yazınının çok geniş bir yelpazeyi bünyesinde barındırdığı görülmektedir. Genel olarak eleştirel perspektife sahip düşünürlerin ele aldığı yabancılaşma kavramı, özellikle 1950'li yıllarda, ABD'de pozitivist çalışmalar içerisinde işlevsel amaçlarla konumlandırılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmalar neticesinde örgütsel yabancılaşmanın çeşitli boyutları¹

¹ Yabancılaşma kavramını kuramsal düzeyde açıklığa kavuşturma ve nicel araştırmalar için ölçülebilir boyutlara indirgeme gayretinin ilk kez Melvin Seeman'dan geldiği söylenebilir (Alkan ve Ergil, 1980: 216). Seeman, yabancılaşma üzerine yapılan yazını değerlendirdiği çalışmasında, yabancılaşmanın beş boyut olduğunu belirtmiştir. Bunlar:

ortaya konulmuştur. Örgütsel yabancılaşma (ÖY), zikredilen boyutlarıyla çalışanın duygu dünyasına zarar vererek örgütteki başarısını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde çalışanın örgütteki başarısı ile doğrudan ilgisi olan örgütsel yabancılaşmayla mücadele etmek, örgütün hedeflerini elde edecek şekilde faaliyette bulunabilmesini sağlamak için hayati öneme sahiptir. Parçası olduğu örgütün ona sağladığı olanaklarla katılacağı bir KSS projesi sayesinde toplumsal bir sorunun izalesi yolunda fayda oluşturabilen bir çalışanın kendini değerli hissedeceği, içinde bulunduğu grup ya da toplumdan saygı göreceği, bunun sonucunda da; güçsüzlük, anlamsızlık, kuralsızlık, tecrit veya kendinden uzaklaşma hislerinden arınabileceği söylenebilir.

Bu tezde, çalışanların KSS projelerine katılımlarının sağlanmasının, ÖY ile mücadele etmek için bir mekanizma olarak kullanılabilirliği incelenmeye çalışılmıştır. KSS ve ÖY ilişkisine dair bir yazın, ulusal ve uluslararası literatürde tespit edilememiştir. Bu tez söz konusu boşluğu doldurma yönünde bir gayreti bünyesinde barındırmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde KSS ve ÖY kavramlarının barındırdığı ve işaret ettiği anlamlar, ikinci bölüm ve uygulama kısmındaki kullanım alanları dikkate alınarak açıklanmıştır. Öncelikle KSS kavramı ele alınmış, kurumsal sosyal sorumluluğa zaman içerisinde yüklenen farklı anlamlar bağlamında KSS kavramının tarihsel gelişimi izlenmiş ve kırılma noktaları tespit edilmiştir. Hitamında, söz konusu tarihsel gelişmelerin ışığında bir gereklilik olarak ortaya çıktığı değerlendirilen KSS uygulama alanları incelenmiştir. Bahse konu bu alanlar, çalışanların kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algılamalarını ölçmek için kullanılabilecek kriterlere de işaret etmektedir. Sonrasında yabancılaşma ve ÖY kavramları incelenmiştir. Yabancılaşma yazınındaki hâkim yaklaşımlar ortaya konulmuştur. Söz konusu hâkim yaklaşımlar da dikkate alınarak ÖY kavramı açıklanmıştır. Nihayetinde ÖY kavramının boyutları ortaya konulmuştur. Söz konusu boyutlar çalışanların ÖY düzeylerini ölçmede kullanılacak kıstasları da bünyesinde barındırmaktadır.

-
- Güçsüzlük (*Powerlessness*), bireyin davranışlarının sonuçlarda etkili olmayacağını düşünmesi,
 - Anlamsızlık (*Meaningless*), bireyin çevresinde yaşananları anlamlandıramaması,
 - Kuralsızlık (*Normlessness*), hâkim kuralları kabul etmemesi,
 - Tecrit (*Isolation*), toplum tarafından kabul görememe,
 - Kendinden Uzaklaşma (*Self-Estrangement*), bireyin özvarlığına soğuması ve durumunun olması gerektiğinden kötü olduğuna inanmasıdır (1959: 783-791).

Çalışmanın ikinci bölümünde, uygulama kısmına yönelik kavramsal zemin oluşturulmuştur. Bu maksatla, çalışanların KSS projelerine katılımlarının, ÖY düzeyine etkisi tartışılmıştır. Öncelikle çalışanların iştirak durumları da dikkate alınarak KSS projesi gerçekleştirme çeşitlerine yönelik bir tipoloji ortaya konulmuştur. Çalışanların KSS projelerine katılımının sağlanmasının önemi açıklanmıştır. Sonrasında, KSS projeleri sonucunda elde edilecek kazanımların, örgütsel yabancılaşmanın nedenlerini izale edebilirliği incelenmiştir.

Çalışmanın son bölümünde ise araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve sınırlılıkları açıklanmıştır. Bu çalışma kapsamında Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. çalışanları incelenmiştir. Çalışanların, KKS projelerinde yer alıp almamaları da dikkate alınarak, çalışanlara KSS bilinci, kurumlarına yönelik KSS algısı ve örgütsel yabancılaşma ölçekleri uygulanarak sonuçlar karşılaştırılmıştır. Bu bölümün diğer alt başlıklarında yarar, yöntem, örneklem seçimi, hipotezler ve hipotezlere ilişkin araştırma bulguları değerlendirilerek sunulmuştur.

ÇALIŞANIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNE KATILIMININ ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA DÜZEYİNE ETKİSİ: YEŞİM TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş. ÖRNEĞİ

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA

Çalışmanın birinci bölümünde öncelikle, sorumluluk kelimesinin işaret ettiği anlam ifade edilmiş ve tarihsel süreç içerisinde KSS kavramına yüklenen farklı anlamlar açıklanmıştır. Yüklenen farklı anlamlar incelendiğinde kurum merkezli bir anlayıştan toplumsal beklentiler odaklı anlayışa evrilme olduğu belirtilebilir. Sonrasında, KSS anlayışının tarihsel gelişimi neticesinde bir gereklilik olarak ortaya çıktığı değerlendirilen KSS alanları belirtilmiştir. Zikredilen alanlar, çalışanın kurumuna yönelik sosyal sorumluluk algısını ölçmek amacıyla kullanılabilecek kriterlere de işaret etmektedir.

1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

KSS, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sürekli tartışılan bir kavram haline gelmiştir. Aynı zamanda bu alan hızla gelişmiş ve günümüzde bu konuyla ilgili teoriler, terminolojiler ve yaklaşımlar büyük oranda çoğalmıştır. Başlangıçta KSS, kurumların ekonomik amaçlarını gerçekleştirme adına kullanılan bir araç olarak ele alınsa da, zamanla kurumların toplum içinde farklı roller üstlenmeleri ve sorumluluk alanlarının gelişmesiyle birlikte KSS anlayışı da gelişim göstermiştir (Ural, 2006: s. 38). Bu süreç içerisinde KSS kavramı, farklı disiplinlere mensup düşünürler tarafından ele alınmıştır. Ancak, KSS üzerine en fazla çalışmayı yönetim ve örgüt alanında görmek mümkündür (Tuzzolino ve Armandi, 1981: s. 21).

Türk Dil Kurumu sözlüğünde, sosyal kelimesi “toplumla ilgili, toplumsal, içtimai”, sorumluluk kelimesi ise “kişinin kendi davranışlarının veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi” olarak ifade edilmektedir (www.tdk.org, Erişim Tarihi: 24.12.2015). Sorumluluk, toplumsal yaşamın bir sonucudur ve bir işi yapan şahıs ya da kurumdan toplumun beklentilerinin bütünüdür (Korkmaz, 2009: ss. 19-20). Bu iki kelimeden yola çıkarak sosyal sorumluluğun; bir davranışın veya yetki

alanına giren herhangi bir olayın toplumsal neticelerinin sahiplenilmesi olduğu söylenebilir.

Kurumların da bireyler gibi içinde var olduğu topluma karşı sorumlulukları bulunmaktadır. Bundan dolayı faaliyetlerini, sosyal sonuçlarını gözeterek icra etmek durumundadırlar (Vural ve Coşkun, 2011: s. 62). Aynı zamanda sosyal sorumluluk kavramı, yapılan bireysel hayırlardan farklı olarak sistematik olarak gerçekleştirilmesi ve sahip çıkılması gereken sorumlulukları ifade eder. Bu nedenle de bireylerden çok kurumlara işaret eder. Kurumlar, sosyal sorumluluk anlayışını tüm karar alma süreçlerine dâhil etmeli, başta yönetim olmak üzere bütün çalışanlar bu kavramı benimsemelidirler (Ayçiçek, 2010: s. 15). Zaten kelime anlamı itibarıyla toplumsalı içinde barından sorumluluk kelimesi bir sosyal anlaşmaya da işaret eder. Sosyal anlaşmanın özünde, toplumun refah ve huzuru için çalışmak vardır. Bu yönüyle KSS; maddi kazanç elde etmek amacıyla üretimde bulunan kurumun bu ekonomik gayretini, içinde var olduğu toplumdan kaynaklanan bazı kısıtlamalar içinde icra etme zorunluluğunu doğurmaktadır (Eren, 2013: ss. 109-110).

Kurumların taşıdıkları sorumluluklarının toplumsal boyutu tartışıldığında söz konusu kavramın tanımına “sorumlu olan kurum” ile “sorumlu olunan toplum” bağlamından bakılması doğru olacaktır. Bu kapsamda kurumların, ahlâki özne olarak, paydaşlarına (tüketiciler, çalışanlar, hissedarlar, tedarikçiler, rakipler ve hükümet olmak üzere) ve tüm insanlığa karşı sorumlulukları bulunmaktadır (Bıçakçı, 2009: s. 44). KSS anlayışının temelinde, toplumdan aldığını topluma geri verme ve tüm paydaşlarına karşı sorumluluklarını yerine getirme yaklaşımı bulunmaktadır. Bunu yaparken de kurumlar, itibar, güven ve farklılık yaratır. Birçok kurum KSS stratejilerini, toplumsal değişimlere, doğanın tahrip edilmemesi isteğine ve ekonomik baskılara tepki olarak geliştirmektedirler. Bu sayede de kurumlar, belirli standartlara uymakta, geleceklerine yatırım yapmakta ve yerine getirdikleri bu gönüllü davranışların kazançlarını artıracığını beklemektedirler (Yıldız, 2012: s. 1).

1.1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Tarihsel Gelişimi

KSS kavramına ilişkin yazının uzun bir tarihi vardır, buna paralel olarak da kavrama yönelik çok farklı tanımlamalar yapılmıştır. KSS kavramını iş dünyasının ilgisi ve kaygıları bağlamında ele alan çalışmaları birkaç yüzyıl önceye götürmek mümkündür. Ancak, kavramı günümüzdeki anlamıyla ele alan literatür büyük ölçüde 20. yüzyılda, özellikle de ikinci yarısında büyük bir ivme kazanmıştır. Aynı zamanda söz konusu yazının izleri öncelikle gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm dünyada sürülebilse de, kaynakların büyük çoğunlukla ABD’de toplandığı da görülmektedir. Bununla birlikte, KSS tanımı içinde değerlendirilebilecek teori ve pratiğe ait çok sayıda tanım zaman içerisinde birçok farklı ülkede geliştirilmiştir (Carroll, 1999: s. 268).

KSS kavramı altında yapılan tanımlamaları tarihsel süreç dikkate alınarak iki ana görüş altında toplamak mümkündür. Bunlardan birincisi KSS kavramını kurum merkezli incelerken, ikincisi toplumsal beklentiler odaklı ele almaktadır (Akhüseyinoğlu, 2010: s. 11). Daha açık bir ifadeyle;

- Kurum odaklı yaklaşım: Kurumlar kaynaklarını etkili bir şekilde kullanarak, arz ettikleri mal ve hizmetler karşılığında kâr elde eder. Bunu yaparken de etik ilkelere ve yasalara uyarlar.

- Toplumsal beklentilere dönük ve kapsamlı ilgiyi esas alan yaklaşım: Kurum, faaliyetlerinden etkilenen veya bu faaliyetleri etkileyebilecek kişi ve kurumların çıkarlarını gözetmeyi ilke edinir. Kurumlar kâr elde etmenin ötesine geçerek toplumsal sorunlarla ilgilenirler (Çelik, 2013: s. 15; Tak, 2009: ss. 6-7).

KSS kavramına ilişkin çok sayıda tanım bulunmakla birlikte tanımların genel olarak KSS kavramının tarihsel gelişimine de paralel şekilde iki gruba ayrılabilceği söylenebilir. Birinci grup tanımlar; kurumların sadece karlarını maksimize etme, bunu yaparken de kanunlara uyma sorumluluğuna odaklanırken, ikinci grup tanımlar ise günümüzde oldukça farklı alanlara yayılmış toplumsal beklentilere dikkat çekmektedirler (Schwartz ve Carroll, 2003: s. 503). Tarihsel süreç içerisinde KSS anlayışı kurum merkezli bir anlayıştan, toplum odaklı bir anlayışa evrilmiştir. Kurum odaklı geleneksel yaklaşıma göre, kurumların hedeflerini elde etmek haricinde başka

bir sosyal sorumlulukları yoktur. Kârını maksimize eden kurum yapacağı yeni yatırımlarla toplumsal refaha da zaten katkıda bulunuyor olacaktır. Toplum odaklı görüş ise; sosyal sorumluluk toplumsal beklentileri karşılama adına kurumların daha fazla aktif rol almaları gerektiğini savunmaktadır (Kaplan, 2013: s. 81).

KSS anlayışı akademik alanda ve uygulamada karşılıklı etkileşim içerisinde gelişmiştir. Bunun bir sonucu olarak da, kavram zaman içerisinde farklı anlamlar ifade etmiş ya da bir şemsiye kavram olarak farklı anlamları çatısı altına dâhil etmiştir. KSS kavramını bu tarihsel perspektiften yoksun şekilde ele alacak bir çalışmanın bir kavramlar karmaşasına düşmesi tehlikesinin olduğu söylenebilir. Bu bağlamda kavramsal gelişimin kronolojik bir şekilde ele alınmasının zorunluluk olduğu değerlendirilmektedir. KSS kavramının tarihsel gelişimi izlendiğinde; kavramın, kurum merkezli bir anlayıştan toplumsal beklentilere odaklanma eğilimli bir anlayışa evrilmesi belirginleşen bir durum olarak işaretlenebilir. Akhüseyinoğlu'na göre KSS kavramıyla ilişkilendirilebilecek uygulama ve fikirlerin; tarihin, medeniyetlerin ve dinlerin başlangıcına dek uzandığını söylemek mümkündür. Ancak, KSS kavramının, kurumların karar mekanizmaları ile uygulamalarında belirleyici bir unsur olarak ortaya çıkmasına ve akademik yazında ele alınmaya başlamasına geçtiğimiz yüzyılın ikinci yarısı referans gösterilebilir (2010: s. 6).

Bu kapsamda KSS kavramının tarihsel gelişimi, kurum merkezli ve toplumsal beklentiler odaklı tarihsel dönemler olmak üzere iki ana başlık altında incelenecektir.

1.1.1.1. Kurum Merkezli Kurumsal Sosyal Sorumluluk Dönemi

KSS anlayışının ciddi şekilde sorgulanması, sanayileşme nedeniyle gerçekleşen göçlerle birlikte büyük metropollerin oluştuğu, bu metropollerde yaşayan ve sayıları giderek artan yoksul kitlelerin protestolarının görülmeye başladığı 19. yüzyıla ilişkilendirilebilir. Bu sürecin yeni aktörleri olan şirketler, kârlarını maksimize etme arzusuyla çalışma koşullarını ağırlaştırmış, devletler yasal düzenlemeler konusunda çekimser kalmış ve bunun sonucunda yaşanan hayal kırıklıkları kitlesel protestoları beraberinde getirmiştir (Keskin, 2010: s. 22).

Rönesans ve reform hareketleri sonrasında yaşanan sanayileşme, ilk başlarda sadece sınırsız bir üretimi ve kâr elde etme düşüncesini güçlendirmiştir. Ancak bir süre sonra aşırı üretkenlikle kârı maksimize etme düşüncesinin toplumda olumsuz etkileri görülmeye başlamıştır. Özellikle, Paris ve Londra gibi üretim bölgelerinde ekolojik dengenin bozulması, ucuz işgücü sağlamak amacıyla çocuk ve kadınların istihdam edilmesi; sağlıksız üretim şartları, çalışanların hakkının gözetilmemesi ve insan hakları ihlalleri 1800'lü yılların sonuna gelindiğinde büyük kitlesel tepkilere neden olmuştur (Akhüseyinoğlu, 2010: 10).

20. yüzyılın çağ dönümünde zirve noktasına ulaşan ekonomik gelişme, 1929 yılına gelindiğinde yerini yine büyük bir krize bırakmıştır. Ekonomik buhran olarak bilinen söz konusu dönem sonunda dev ABD'li şirketlerin çöküşü, geride işsiz yığınlar bırakmış ve tüketim talebi dibe vurmuştur. 1930'larda Amerika'da yaşanan "Büyük Bunalım" sonucu toplum, iş dünyasına duyduğu güveni yitirmiştir. Bu dönemde devletin de baskısıyla² kurumlar, kaybolan bu güveni tekrar tesis etmek, toplumda meydana gelen yaraları izale etmek adına KSS kavramı altında toplanabilecek konularla ilgilenmek zorunda kalmışlardır (Ural, 2013: s. 62).

Söz konusu sürecin ünlü sanayi liderleri olan Andrew Carnegie, Julius Rossenwald, ve Henry Ford, hayırseverlik olarak adlandırılacak KSS uygulamaları gerçekleştirmişlerdir (Halıcı, 2001: s. 12). ABD'li sosyal reformcular Carnegie ve Rossenwald, sosyal sorumluluk kavramının öneminin artmasında başat aktörler arasında yer almışlardır. Carnegie, "Zengin olmanın tek amacı hayırsever olmaktır.", yönetici olan Rosenwald ise "Başarılı olmak için iyilik yapma kabiliyetine sahip olmalısınız." diyerek sosyal sorumluluğa verdikleri önemi ifade etmişlerdir (Korkmaz, 2009: ss. 23-24). Carnegie ve Rosenwald sosyal sorumluluğun zenginlerin ya da iş dünyasının sorumluluğu olduğuna inanmışlardır. Carnegie, zenginlerin yaptığı hayır işlerinin önemini vurgularken, Rosenwald iş dünyasının toplumun karşılaştığı sorunları çözmesinin ve bu sayede de kendileri için yeni fırsatlar oluşturmalarının önemini belirtmiştir. Toplumsal sorunların çeşitliliği ve

² Dönemin ABD hükümeti New Deal adı verilen bir program uygulamıştır. Sosyal refaha önem veren yasalar Amerikan şirketlerini sosyal sorumluluklarını uygulamaya zorlamış, bu sayede de Amerikan halkının sisteme olan güveni tekrar kazanılmaya ve rayından çıkan kapitalist sistemi tekrar rayına sokmaya çalışılmıştır (Ewen, 1996: ss. 301-303).

bunlarla mücadele için gerekli olan kapital düşünöldüğünde Rosenwald'ın yaklaşımının daha gerçekçi olduğu ortaya çıkmaktadır (Drucker, 1984: ss. 54-56). Bu gelişmelere rağmen KSS anlayışının iş dünyası tarafından genel bir kabul görmediğı söylenebilir. Bunun bir göstergesi, 1917 yılında Henry Ford'un iş dünyasının toplumdan aldıklarını topluma geri kazandırması gerektiğı, bu anlamda da “İş dünyası topluma hizmet etmelidir.” düşüncesinin paydaşlarınca alay edilerek karşılanması³, aynı zamanda ABD mahkemeleri tarafından da cezalandırılmasıdır (Lee, 2008: s. 54). 1936 yılında Sears Şirketi üst düzey yöneticilerinin katıldığı sosyal sorumluluk konulu toplantılar düzenlemeye başlayarak konuya duyulan ilginin artmasına neden olmuştur (Halıcı, 2001: s. 13).

1940'lar ve 50'ler iş dünyasının, yaşanan dünya savaşlarının yaralarını sarma adına sosyal sorunlarla sıklıkla ilgilendiğı bir dönem olmuştur. Özellikle de çalışanların emeklilik, sigorta, sağlık, güvenlik, hastalık gibi durumlarına geçmişe nazaran çok daha fazla özen gösterilmeye başlanılmıştır (Ural, 2013: s. 64). Bununla birlikte iş dünyası, yaşanan dünya savaşları sonrasında, genç erkeklerin savaşta hayatlarını kaybetmeleri nedeniyle kadın ve yaşlıları çalıştırmak zorunda kalmıştır. Kadın ve yaşlıları motive etme adına maddi teşviklerin yanında duygusal ihtiyaçları tatmin etmeye yönelik KSS ile ilişkilendirilebilecek insancıl motivasyon teknikleri kullanılmıştır (Çakır, 2006: s. 11).

Kurumlar, geçtiğimiz yüzyılın özellikle ilk yarısında kendilerini toplumdan ayrı birer ekonomik varlık olarak görmüşler ve bu nedenle sadece kâr elde etme güdüsüyle hareket etmişlerdir. Bunda arz edilen her mal ve hizmete talep olmasının etkisi büyüktür. Dolayısıyla kurumların yegâne amacı kârlarını artırmak olmuş, satış odaklı faaliyetlerin ötesine geçilememiştir (Becan, 2011: s. 17). Ancak 1929 buhranı ve dünya savaşlarının etkileri kurumların topluma karşı sorumluluklarının ve bu bağlamda KSS kavramının sorgulanmaya başlamasına yönelik gelişmelerin yaşanmasına neden olmuştur.

³ Ancak yaklaşık seksen yıl sonra 1999'da Ford Şirketinin dümenine geçen William Clay Ford Jr. iş dünyasının topluma hizmet etme düşüncesini tekrar hatırlattığında, tüm hissedarlar ve paydaşlardan destek almakla kalmamış, aynı zamanda kendini destekleyen kanunların gücünü de arkasında hissetmiştir. Bkz. aynı eser.

Büyük buhran ve yaşanan dünya savaşları sonrası, 1950’li yıllarda ahlâki olmayan ve yanlış uygulamaları yasaklayan, çalışan ve tüketici haklarını güvence altına alan çok sayıda yasal düzenleme yapılmıştır. Bu yasal düzenlemelerin, kaçınılmaz olarak kurumların KSS algılamalarında önemli değişiklikler meydana getirecek bir sürecinde başlangıcı olduğu söylenebilir (Korkmaz, 2009: s. 33).

KSS çalışmalarının akademik anlamda ele alınmasının da 1950’li yıllarda başladığı belirtilebilir. Konuya yönelik yapılan ilk akademik çalışmalar kapsamında, KSS kurum merkezli bir anlayışla tanımlanmış, ancak tarihsel süreç içerisinde yapılan tanımlarda toplum giderek daha fazla önem kazanan bir unsur olarak görülmeye başlamıştır (Ghobadian vd., 2015: ss. 274-275). KSS kavramı ilk kez, Howard Bowen’in 1953 yılında yayımlanan “İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları” (*Social Responsibilities of the Businessman*) isimli kitabında geçmiştir (Valor, 2005: s. 192). Bowen’in çalışmasının KSS kavramına ilişkin yapılan ilk kavramsallaştırma gayreti olduğu söylenebilir (Lee, 2008: s. 56). Bowen, söz konusu çalışmada, köklerini protestan ahlâkından alan Amerikan ekonomik düzeninin bir parçası olarak iş adamlarının yerine getirmesi gereken sosyal sorumlulukların önemini belirtmiştir (2013: ss. 51-53). Carroll’da, kavramsal olarak KSS kavramının, günümüzdeki anlamıyla ilk kez kullanımının bu kitapta olduğunu ve isim babasının Bowen olması gerektiğini belirtmektedir (1999: ss. 269-270). Bowen adı geçen eserde, işadamlarının, toplumun değer ve amaçlarıyla örtüşen sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ilgilenmeleri gerektiğini savunmuştur (Aktan ve Börü, 2007: s. 12). Bowen’a göre iş adamlarının sosyal sorumlulukları, toplum için arzu edilebilir politikaları izlemek, kararları almak ve eylemleri yerine getirmektir. ABD’li iş adamlarının eylemlerine ve demeçlerine yer veren kitap Amerikan toplumunda ekonomik kurumların sosyal sorumluluk alanındaki girişimlerinin nedenlerini ve bu girişimlerin sonuçlarını incelemiştir. Akademik anlamda ses getiren bu eser, sonraki yıllarda bu alanda yapılan çalışmalara da ışık tutar nitelikte olmuştur (Bıçakçı, 2009: s. 48).

Friedman KSS kavramını; kurumun üstesinden gelmesi gereken bir sorun, yöneticiler ve kurum paydaşları arasındaki mücadele, oyunun kurallarına uymak kaydıyla yöneticilerin kendi çıkarları ve kariyerleri doğrultusunda kullanmaları gereken

rasyonel yatırımlar olarak tanımlamıştır (2007: s. 178). Friedman'ın önderlik ettiği monetarist anlayışa göre kurumların yegane sorumluluğu serbest piyasa koşullarında, yasalara uygun kalmak koşuluyla tüm enerji ve kaynaklarını kârlarını daha çok artıracak şekilde düzenlemeleridir. Ona göre kurum yöneticilerinin sorumluluğu çalışanlarına karşı değil, yatırımcıların faydalarına göre davranmaktır (Korkmaz, 2009: ss. 36-37). Bu yaklaşımla Friedman, KSS anlayışını bir hayırseverlik girişimi olarak neoliberal hegemonik söylem içerisinde küreselleşme içinde uygun bir zemin oluşturacak şekilde konumlandırmaya çalışmıştır (Keskin, 2010: s. 26).

Friedman'a göre; kurumların sosyal sorumluluğu olamaz, sorumluluk bireylere ait bir kavramdır. Toplumsal sorunlarla ilgilenmek ise devletin görevidir. Kâr elde ederek varlığını sürdüren ve bu sayede de istihdam sağlayan bir kurum; yasalara uygun hareket ederek vergisini ödüyorsa sorumluluğunu yerine getirmektedir. Devlet aldığı vergilerle gerekli planlamaları yaparak toplumsal sorunları çözecektir (1970: ss. 2-6). Friedman, KSS uygulamalarını kurumların hedeflerine ulaşma amaçlarının bir parçası görmekte ve rekabet üstünlüğünü elde etme ve sürdürme aracı olarak ele almaktadır (Ertuna ve Tükel, 2009: s. 147). Benzer bir düşünceyle McWilliams ve Siegel'e göre de sosyal sorumluluk hissedar yönelimli olmalıdır. Kurumların en önemli sosyal sorumluluğu yatırımcı ve hissedarlarına en fazla kazancı elde ettirmesidir (2001: ss. 125-126).

1950'li yıllardan 70'lere kadar geçen dönemde KSS çalışmaları, iş adamlarının topluma karşı üstlenmeleri gereken sorumluluklar ve roller üzerine yoğunlaşmıştır (Ghobadian vd., 2015: s. 275). Geleneksel KSS anlayışı olarak adlandırılabilen bu yaklaşıma göre, kurum merkeze alınmakta ve kurumun menfaatleri dikkate alınmaktadır (Öztürk, 2013: s. 17). Söz konusu dönemde KSS, kurum yöneticilerinin kararları tarafından yönlendirilen aktiviteler olarak görülmüştür. Dahası KSS, şirket yöneticilerine uzun vadeli ekonomik kazanç elde etme şansı tanıyan, karmaşık bir karar süreci şeklinde ifade edilmiştir (Davis, 1960: ss. 70-71). Geleneksel görüşte KSS anlayışı ilave bir maliyet unsuru olarak kabul edilmekte ve hissedarların gelirlerini azaltıcı bir etki yaptığını öne sürülmektedir. Bu bakış açısıyla kurumlar, kanunlara ve etik değerlere uygun bir şekilde kârlarını maksimize edecek şekilde

faaliyette bulunduklarında, aynı zamanda topluma karşı sosyal sorumluluklarını da yerine getirmiş olacaklardır (Erden, 2011: s. 16).

Geleneksel KSS anlayışı, kurumların örgütsel hedeflerini gerçekleştirmekten başka bir yükümlülüklerinin olmadığını, kârını maksimize eden kurumun aynı zamanda sorumluluklarını da yerine getirmiş olacağını savunur. Bu görüşün en önemli temsilcisi Milton Friedman'dır. Yasalara uyan ve kârını maksimize eden kurum KSS kaynaklı sorumluluklarını yerine getirmiş olmaktadır. Geleneksel yaklaşım aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Kârı maksimize etmek toplumsal kaynakların en doğru şekilde kullanıldığını gösterir.
- Kurumların örgütsel hedefleri vardır, sosyal sorumlulukları olan birimler olarak görülemezler (Şimşek vd., 2014: s. 373).

Geleneksel anlayışa göre, kurumların en önemli sorumluluğu ekonomik anlamda kâr elde etmektir. Bununla birlikte kurumların varlıklarını devam ettirebilmeleri için yasal zorunluluklarını da yerine getirmesi gerekir. Günümüzde artık kurumların varlıklarını devam ettirebilmesi için sadece yasalara uygun hareket ederek kazanç sağlaması yeterli değildir. Kurumun, içinde var olduğu topluma karşı sorumluluklarını da yerine getirmesi beklenmektedir. Varlıklarını uzun süre devam ettirmek isteyen kurumlar için bu tür sorumlulukların dikkate alınması vazgeçilmez bir önem kazanmıştır (Öztürk, 2013: s. 7). Geleneksel kurum merkezli KSS yaklaşımı günümüzdeki toplum baskısının gücü ve buna paralel olarak farklılaşan beklentiler düşünüldüğünde geçerliliğini yitirmiştir. Sosyal sorumluluğunu kendi ilgi alanlarına çekemeyen ve fırsata dönüştüremeyen kurumların varlıklarını sürdürmesi güçleşmektedir (Drucker, 1984: s. 59).

1.1.1.2. Toplumsal Beklentiler Odaklı Kurumsal Sosyal Sorumluluk Dönemi

Kurumları, mal ve hizmet üreten, bunları piyasada arz eden ve sonucunda kâr elde eden yapılar olarak gören yaklaşım zaman içerisinde değişmiştir. Artık kurumlar; topluma karşı sorumlulukları olan kuruluşlar olarak konumlandırılmaktadır. Kurumların tanımında meydana gelen bu değişiklikte toplumsal beklentilerinin rolü

etkili olmuştur. Kârını maksimize etme yaklaşımı ile başlayan ve topluma sorumlu davranılması yaklaşımına dönüşen bu sürecin izlerini KSS tanımı üzerinden de takip edebilmek mümkündür (Çalışkan, 2010: s. 1). 20. yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla kurumları mekanik sistemler olarak gören görüş değişmiş, kurumlar artık biyolojik sistemler olarak kabul edilmiştir. Bu değişimin en önemli nedenlerinden biri yaşanan dünya savaşları neticesinde yetişkin erken iş gücünün büyük oranda azalmasıyla kıt bir kaynak haline gelen insan faktörünün öneminin anlaşılması, bir diğer nedeni ise sadece çevreyle uyum sağlayabilen kurumların varlıklarını sürdürebileceğinin idrak edilmeye başlanmasıdır (Korkmaz, 2009: s. 32). Bununla birlikte, II. Dünya Savaşı sonrasındaki gelişmelerle güçlenen sosyal devlet anlayışı gerçekleşen ekonomik krizlerle etkisini yitirmeye başlamış, buna paralel olarak da devlet sosyal sorumluluklarını yerine getirmede sıkıntılar yaşamıştır. Müteakip dönemde zorunlu olarak gerçekleştirilen özelleştirmeler sonucu devlet giderek artan bir şekilde sosyal alandan çekilmeye devam etmiştir. Devam eden yıllarda iyice belirginleşen bu güç kaybı, kurumların sosyal sorumluluklar hususunda daha etkin olmaları zorunluluğu ile birlikte, her şeyin bir rekabet aracı olarak görüldüğü serbest pazar ortamında kurumlar adına yeni bir rekabet vasıtası meydana getirmiştir. Ancak KSS konusunun iş adamlarının bireysel sorumluluklarından ileriye giderek kurumların önemli bir meselesi haline gelmesi için doğal olarak belli bir süreç yaşanmıştır (Bıçakçı, 2009: s. 53). Savaş sonrası dönemde çalışanların duygusal ihtiyaçlarına önem verilmesi anlayışı, teknolojik gelişmelerin kalifiye iş gücüne duyulan ihtiyacı artırması nedeniyle gündemden hiç düşmemiştir. Günümüzde de kalifiye çalışanlar sadece salt kârlılık amacı için çalışmayı ret etmektedirler, kurumları kendi amaçlarını gerçekleştirmek için vasıta olarak görmek istemektedirler (Çakır, 2006: s. 12).

1960'lı yıllara gelindiğinde KSS kavramına ilişkin yapılan tanımlamalarda nebulayı andıran büyük artışlar yaşanmıştır. Ancak, yapılan tanımlar en azından kurumun ekonomik ve teknik çıkarlarından daha fazlasına işaret etmeye başlamıştır (Davis, 1960: s. 70). Davis'in bu yaklaşımı, KSS tanımının toplumsal beklentiler odaklı evriminin de hızlanmasına işaret etmektedir.

Danışmanlık hizmetleri veren McKinseyveCo'nin genel müdürü Keith Davis, 1967 yılında sosyal sorumluluğa ilişkin kurumların da yapması gerekenler olduğunu

belirtmek; geleneksel anlayışta sadece kurum sahipleri ve yöneticilerince bireysel olarak yüklenen sorumlulukların artık bizzat kurumlar tarafından sahiplenilmesine öncülük etmiştir (Falck ve Heblich, 2007: ss. 248-249). Gerçekten var olduysa bile “ekonomik insan” günümüzde ölmüştür. Çalışanlar, müşteriler ve vatandaşlar, kurumlardan ekonomik kaygılardan daha fazlasını beklemektedirler (Davis, 1960: s. 74).

1960’lı yıllarda farklı baskı gruplarının sosyal sorumluluk anlayışının kapsamının genişletilmesi yönündeki gayretleri, 1970’li yıllarda sonuç vermeye başlamıştır. Anılan dönemde, tüketicileri korumak (*Consumer Product Safety Commission*), çalışanların iş güvenliğini sağlamak (*Occupational Safety and Health Administration*), çalışma hayatında ayrımcılığı engellemek (*Equal Employment Opportunity Commission*) ve çevreyi korumak (*Environmental Protection Agency*) için çeşitli komisyonlar kurulmuştur. Diğer yandan petrol krizinin ardından gelen durgunluk ve enerji darboğazı, çevre ve istihdam ile ilgili konular, özellikle 1970’li yılların ikinci yarısında eylemciler ve kurumlar arasında bir takım çatışmaların yaşanmasına neden olmuştur (Kartaltepe, 2010: s. 37).

1970’li yılların devamında toplumsal sorunlarla her zamankinden daha fazla ve yasal zorunluluklarında ötesine geçerek ilgilenmek ve toplumsal beklentileri karşılamak merkezli anlayış kavramsal olarak daha da belirginleşmeye başlamıştır. Kurumlar, ekonomik, teknik, yatırım vb. her türlü konuda karar alırken topluma etkilerini de göz önünde bulundurmalıdır. Bunu gerçekleştirebilmek için, karar alma süreçlerine sosyal sorumluluk anlayışı hâkim olmalıdır. Kanunlara ve yasal düzenlemelere uymak herkesin görevidir. KSS yasaların bittiği yerde başlar (Davis, 1973: s. 313).

ABD’nin Ekonomik Gelişim Komitesi (*Committee for Economic Development-CED*), 1971 tarihli “Social Responsibilities of Business Corporations” raporuyla KSS kavramının gelişimine önemli bir katkı sağlamıştır. Komite, ekonomik kurumlar ile toplum arasındaki ilişkinin önemli bir şekilde değiştiğini, iş dünyasının her zamankinden daha fazla toplumsal sorumluluk üstlenmesinin toplum tarafından beklendiğini, mal ve hizmet üretmenin önemli olduğunu ancak bir kurumun gelecekteki varlığının Amerikan halkının bahsedilen değişen beklentilerine cevap vermelerine bağlı olacağını tespit etmiştir (ss. 14-16). Bu yıllara gelindiğine KSS

anlayışı hissedar yönelimli zihniyetten uzaklaşarak yerini toplumsal sorunlara duyarlılığa bırakmaya başlamıştır (Keskin, 2010: s. 11). CED'in tespitleri KSS kavramsal olarak kurum merkezli anlayıştan toplum merkezli anlayışa geçişin belirtilerine işaret etmektedir. Bunda 1960'ların sonu ve 1970'lerin başında yaşanan çevreye saygıyı, işçi güvenliğini, tüketici ve çalışan haklarını savunan toplumsal hareketlerin etkisi büyüktür. Söz konusu toplumsal hareketler sosyal sorumluluğu sadece kurum yöneticilerinin inisiyatifinden alarak hükümet düzenlemelerinin de odağına yerleştirmiştir (Carroll, 1999: s. 275).

1970'li yıllara kadar Friedman'cı görüşün etkisiyle yöneticiler, bir kurumun en önemli sorumluluğunun hissedarlarına karşı ve topluma kazandırılacak en büyük faydanın ekonomik kazanç elde etmek olduğu düşünceleriyle sosyal yatırım yapmaktan kaçınmışlardır. Ancak bu yıllarda yaşanan toplumsal hareketler, kurumları sosyal sorunlarla ilgilenmeye bir bakıma mecbur etmişlerdir (Lee, 2008: s. 55). Teori ve uygulamada, büyük oranda ABD'ndeki şirket modelini temel alarak gelişen KSS anlayışı 1970'lerde yaşanan toplumsal hareketlerden sonra sürekli değişen ve sorgulanan bir kavram olmuştur (Chapple ve Moon, 2005: ss. 416-417). 1970'lerde yaşanan toplumsal hareketler, KSS uygulamalarında toplumun beklentilerinin karşılamanın önemini ortaya koymuştur. Bu dönemle birlikte toplum, çevrecilik, kadın hakları, eğitim gibi birçok alanda kurumlardan daha çok şey beklediğini kurumlar üzerinde baskı yaparak göstermeye başlamıştır (Halıcı, 2001: s. 13). Söz konusu toplumsal hareketler, sosyal sorumluluk kavramının kurumlar tarafından sosyal sorunların bir bütün olarak ele alınması ve kurumların toplumsal sorunlarla daha yakından ilgilenmesi zorunluluğunu da beraberinde getirmiştir (Berman, 1993: ss. 11-14). Bu zorunluluğun kurumlar üzerinde hissedilmeye başlaması kurumları yeni anlayışlara yönelmeye zorlamıştır. Artık mal ve hizmetler birbirine benzemeye başlarken, bu ürünlerin, aynı zamanda bunları üreten kurumların da topluma nasıl bir fayda sağladığı tartışılmaya başlamıştır. Buna paralel olarak da, kurumlar sadece mal ve hizmet üreterek değil toplum için de değer oluşturarak varlıklarını sürdürebileceklerinin farkına varmıştır. Bu gelişmeler aynı zamanda güç dengesinin, kurumlardan topluma doğru kaymasını sağlamıştır (Becan, 2011: s. 17). 1970'li yıllardan itibaren KSS anlayışında toplumsal beklentiler ve istekler önem kazanmaya başlamıştır. Kurumlardan toplumsal sorunlara karşı daha proaktif

davranmaları talep edilmiştir. KSS performansının, kurumların varlıklarını sürdürebilmelerinde belirleyici olduğunun anlaşılmasına başlamasıyla, KSS uygulamalarında kurumun hayırseverliğinin ötesinde, toplumun beklenti ve istekleri belirleyici olmuştur (Ghobadian vd., 2015: ss. 275-276).

KSS kavramının yükselen bir değer olarak tartışılmaya başlaması 1970'li yılların sonu ile 1980'li yılların başına denk düşmektedir (Clark, 2000: s. 364-366). 1980'li yıllarda KSS anlayışının pratikte kurumsallaştığı ve kurumların uygulamalarına yerleştiği görülmüştür. Bu dönemde paydaş kuramı yaklaşımının KSS anlayışında etkili olduğu söylenebilir. Paydaş yaklaşımı, kurumların hissedarlarından başka pek çok kurum ve kişiyle ilişkide olduğunun altını çizerek, kurum ve bahsedilen kurum/kişiler arasında bir etkileşim olduğuna dikkat çekmektedir (Öztürk, 2013: s. 8). KSS, toplumsal beklentileri karşılamak, sosyal refahı artırmak amacıyla bir kurumun faaliyetlerinin, paydaşlarıyla ilişkileri bağlamında sosyal değerlerle bütünleşmesi olarak ifade edilebilir (O'Riordan ve Fairbrass, 2008: s. 755-756). 1980'li yıllarda büyük ilgi gören paydaş yaklaşımı da KSS kavramının kurumların varlıklarını borçlu oldukları toplumun sorunları ile ilgilenmeleri gerektiğini savunan yaklaşıma doğru evrilmesinde etkili olmuştur (Özdemir, 2007: s. 7). KSS alanlarını belirleme adına kullanılabilecek yaklaşımlardan biri paydaş yaklaşımıdır. Paydaşlar; kurum için kaynak (müşteriler, hissedarlar ve çalışanlar), kurumun işlemesi için gerekli olan sanayi yapısı (tedarik zinciri, stratejik ittifaklar, rakipler) ve sosyo-politik arena (STK, hükümetler) içerisinde tanımlanabilirler. Paydaşlar için genel bir tanım yapılacak olursa; kurumun faaliyetlerinden etkilenebilecek, ya da kurumun işleyişini etkileyebilecek ve bu nedenle potansiyel fırsat ve/veya risk taşıyan unsurlar olarak ifade edilebilir (Post vd., 2002: ss. 6-8). Devam eden yıllarda KSS anlayışında paydaş yaklaşımı belirleyici bir rol oynamıştır. Paydaş tanımını geniş ve dar kapsamlı olacak şekilde tanımlamak mümkündür. Geniş kapsamlı tanıma göre paydaş, kurumun amaçlarını elde etmesini etkileyebilecek ya da kurum bu amaçları elde etmesinden etkilenecek tüm kişi ve gruplardır. Örnek olarak devlet kurumları, mesleki ve ticari odalar, rakipler, çalışanlar, tüketiciler, tedarikçiler, çalışan örgütleri, finans kurumları, STK'lar, hissedarlar verilebilir. Dar kapsamlı tanıma göreyse paydaş, kurumun varlığını sürdürebilmesi adına muhtaç olduğu kişi ve gruplardır. Bu tanıma örnek olarak da çalışanlar, tüketiciler, tedarikçilerin bir kısmı, ilgili kamu

kurumları ve finans kurumları ve hissedarlar verilebilir (Freeman ve Reed, 1983: ss. 90-91). KSS; şirketlerin faaliyetlerinden doğrudan ya da dolaylı etkilenen tüm paydaşlarına (çalışan, hissedar, çevre, toplum, medya vb.) karşı sorumluluklarını yerine getirmeleri, toplumsal gelişime katkı sağlamaları, çalışanlar için uygun çalışma şartları oluşturmaları, çevreyi korumaları, toplumsal sorunlara duyarlı olmalarıdır (Boztepe, 2010: s. 126). Söz konusu dönemde KSS aktiviteleri, atıkları azaltma, geri dönüşüm, yoksullara maddi yardım, halk sağlığına hizmet, daha iyi çalışma şartları şeklindeki uygulamalardır (Ural, 2013: s. 64).

İş dünyasının hayır işleri olarak ifade edilen KSS kavramı, son otuz yıl içerisinde büyük bir dönüşüm geçirerek; herkes tarafından kabul edilen bir konsept ve ortodoks bir tanım halini almıştır. 1970'li yılların sonuna gelindiğinde Fortune 500 listesindeki şirketlerin yarısına yakını (Lee, 2008: s. 53), 1990'lı yıllara gelindiğinde ise neredeyse tamamı yıllık raporlarında KSS kavramından bahseder olmuşlardır (Adebayo, 2000: s. 4).

1990'lı yıllarda küreselleşme olarak adlandırılan sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasi dönüşümler yaşanmaya başlanılmıştır. Kapitalist sermayeye dünyanın kapılarının açılması; az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerdeki ucuz işgücüne talebi artırmakta, bu durum ise insan hakları ihlallerini de beraberinde getirmektedir. Kurumlar bu dengesizliğin nedeni olmakla birlikte çözümü için de en önemli aktörlerdir. Günümüzün KSS anlayışı da böyle bir platformda farklılaşarak şekillenmektedir (Bıçakçı, 2009: s. 55). Küreselleşme ve özelleşme ile birlikte, kalite ve karşılıklı fayda kavramları, toplumsal ve bilgi paylaşma hükümlülükleri önem kazanmaya başlamıştır (Ural, 2013: s. 64). 1990'lı yıllardan itibaren bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve küreselleşmenin getirdiği sorunların artması nedeniyle yapılan KSS tanımlarında toplumsal beklentiler vurgusunun belirginliği daha da artmıştır (Ghobadian vd., 2015: ss. 276-281). Küresel kurumlar dünyanın farklı ülkelerinde faaliyet sürdürürken, mal ve hizmetlerinin yanı sıra KSS uygulamalarını da öteki ülkelere götürmüşlerdir. (Öztürk, 2013: s. 4). Bu süreçte KSS, neoliberal söylem içerisinde küreselleşme politikalarının karşılaştığı başta çevresel tepkiler olmak üzere toplumsal beklentilere cevap verme amacıyla

kullanılan, sonu ilişkiler ve yönetim ile biten disiplinlerin başvurduğu bir teknikler bütünü haline gelmiştir (Keskin, 2010: s. 28).

1990'lı yıllarda KSS alanında çok sayıda uluslararası yayın ve oluşum ortaya çıkmıştır. Bunlar (Öztürk, 2013: s. 9);

- 1990, International Association for Business and Society - Uluslararası İşletme ve Toplum Kuruluşu,
- 1991, Business Ethics Quarterly dergisi,
- 1992, Birleşmiş Milletler Çevre ve Gelişme Konferansı UNCED kapsamında benimsenen Rio Bildirgesi,
- 1995, Birleşmiş Milletler Kopenhag Bildirgesi,
- 1997, Coalitation for Environmentally Responsible Economic,
- 1997, Uluslararası Toplumsal Yükümlülük Girişimi'nin geliştirdiği SA 8000 standartları olarak belirtilebilir.

1990'ların sonuna gelindiğinde, KSS fikri artık evrensel bir yaptırım gücü ya da denetim mekanizmasının adı olmuştur. Sivil toplum örgütlerinden hükümetlere, bireysel tüketicilerden şirketlere kadar toplumun tüm bileşenleri bu denetim mekanizması içerisinde yer almıştır. UN, WB, OECD, ILO gibi birçok uluslararası organizasyon kaynaklarını KSS anlayışının gelişimi için tahsis ederek bu konuda rehberlik etmişlerdir (Lee, 2008: ss. 53-54). Buna bağlamda, KSS kavramına ilişkin yapılan tanımlarda toplumsal beklentiler belirleyici bir unsur olarak ortaya çıkmıştır. Bunun sonucu olarak, KSS tanımı daha sıklıkla toplumsal beklentileri karşılama yönüyle ele alınmaya başlamıştır (Lee, 2008: ss. 62-63; Pinkston ve Carroll, 2004: ss. 158-159).

2000'li yıllara gelindiğinde ise; kurumlar toplumsal meselelerle her zamankinden daha çok ve sıklıkla, KSS bayrağı altında katılması toplum tarafından istenmektedir. Bu meseleler kurumun stratejisinin bir parçası olmalıdır. Bu stratejiler toplumun desteğini ve dolayısıyla meşruiyeti sağlamak için gereklidir (Porter, 2011, s. 11). Çağ

dönümüyle birlikte, ekonomik, yasal ve etik sorumluluklar zaten bir kurumun yapmak zorunda olduğu sorumluluklar olarak algılanmaya başlamıştır. Aynı zamanda kurumların, yaşanan sosyal sorunların çözümünde de daha fazla rol alması toplum tarafından beklenmeye başlanmıştır (Öztürk, 2013: s. 9). Bu dönemde KSS kavramı, toplumsal ve iş hayatında meydana gelen gelişmelerle birlikte daha geniş bir kapsamda tartışılmaya başlanılmıştır. Özellikle pazarlama anlayışının tüketici odaklı hale gelmesi ve tüketicilerin haklarının yaygınlaşmaya başlaması, çevre kirliliğine yönelik hassasiyetin artması gibi gelişmeler kurumların sosyal sorumluluk alanının büyümesine ve dolayısıyla KSS kavramının daha geniş açıdan incelenmesine neden olmuştur (Hasanov, 2010: s. 20). Kurumlar içinde yaşadığı toplumun kültür ve yasalarına uymak zorundadırlar. Aksi takdirde varlıklarının sona ermesi tehlikesiyle karşılaşacaklardır. Bu bağlamda, varlıklarını uzun süre devam ettirmek isteyen her kurum, içinde var olduğu topluma uygun kurumsal davranış sergilemelidir. Bu kuramsal davranış, açık iletişim uygulamalarını içinde barındıran, samimi, ölçülebilir, sürdürülebilir ve sosyal sorumlulukların bilincinde olduğunu gösteren bir tavır ifade etmelidir. Sonuç itibarıyla denilebilir ki, kurumlar, toplumun temel ihtiyaçlarını karşılamaktan daha fazlasını yaparak topluma anlamlı katkılar sağlamayı hedeflemelidirler (Özgen, 2013: s. 113).

Günümüzde ise KSS anlayışının merkezine toplumsal beklentiler ve çevresel kirlilik yerleşmiştir. Kurumların örgütsel amaçlarının çok ötesinde toplumsal sorumlulukları vardır. Toplumsal beklentiler merkezli yaklaşım aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Kurumlar toplumsal hayatın ayrılmaz parçalarıdır. Bu nedenle de toplumsal problemlerin ve çözümlerinin de parçası olmalıdır.
- Kurumların, sosyal sorunların izalesinde kullanılacak kaynaklara sahiptirler.
- Çevresel sorumluluklar çok önemlidir.
- Kurumların isteyerek almadıkları önlemleri, hükümetler hukuki yaptırımlarla aldırabilirler (Şimşek vd., 2014: ss. 374-375).

Günümüzde kurumların KSS anlayışına uygun hareket edip etmedikleri adeta toplumsal bir denetim altındadır. Bu denetimin amacı tüm endüstrilerin ve tüm

kurumların topluma karşı sorumluluklarını karşılama adına gereken tüm gayreti gösterdiklerinden emin olmaktır. Aynı zamanda, bu gayretlerin yasal yükümlülüklerinde ötesine geçmesi beklenmektedir. Bu gayretler kısa dönem kâr elde etmek için değil, uzun dönem sürdürülebilirlik hedefini yakalamak için olmalıdır (Filiş, 1984: s. 309). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkmasına ve dönüşmesinde temel belirleyici toplumsal etkenler olmuştur. Bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeye paralel olarak, dünyadaki tüm toplumlar arasındaki etkileşim artmış ve insanların daha etkili örgütlenmelerine de olanak tanımıştır. Bununla birlikte, insan haklarındaki gelişmeler, tüketici haklarının korunması, kurum içinde çalışanların sahip olduğu hakların gelişmesi önemli bir farkındalık yaratmış ve önemli toplumsal gelişmeleri de beraberinde getirmiştir (Erden, 2011: s. 13).

Özetle, teknolojik gelişmeler ve küreselleşme siyasi, ekonomik ve kültürel dönüşümlere yol açmış; ticareti geliştirmiş, küresel çaplı kurumların oluşmasını sağlamış, kültürleri yakınlaştırmış ve dolayısıyla müşterek toplumsal kullanım alanlarının ve ortak sosyal hakların gündeme gelmesine neden olmuştur. Bu gelişmeler KSS kavramını, kurumların tüm ilişkili oldukları kişi ve gruplara, diğer bir ifadeyle paydaşlarına yönelik sorumluluğundan öte tüm topluma ve çevreye karşı sorumluluklarını da kapsayacak şekilde genişletmiştir (Özbay, 2013: s. 2).

KSS anlayışının toplumsal beklentileri merkeze alan bir yaklaşıma evrilmesine paralel olarak, sorumlu olunan yapılarda şirket boyutundan toplumun farklı unsurlarını kapsayacak şekilde genişleme göstermiştir. KSS sadece şirketler ile üniversite ve kolejler gibi geleneksel eğitim kurumlarının değil, aynı zamanda girişimciler, STK'lar ve film yapımcılarının da sorumluluğudur (Drucker, 1984: s. 60). Artık KSS, ekonomik hedeflerin ötesinde, sürekli kılınması gereken bir toplumsal ve çevresel gelişime ilişkin toplumsal beklentilere de işaret etmektedir. Bu beklentiler kapsamında, KSS kavramının öneminin gelecekte daha da artacağı belirtilebilir (Carroll, 1999: s. 292; Hennigfeld vd., 2006: s. 117).

1.1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

Kurumlar, toplumsal hayatta bazı fonksiyonları yerine getirmek üzere kurulurlar ve bunun sonucunda içinde bulundukları topluma karşı sorumlulukları da beraberinde gelir. Sorumluluk, kurumun faaliyete başladığı andan itibaren söz konusudur.

Kurumun sosyal çevresini; hissedarlar, tüketiciler, tedarikçiler, çalışanlar, rakipler ve devlet oluşturmaktadır. Bu sosyal yapıda kurum sadece ekonomik varlık olarak sosyal çevrenin ihtiyaçlarına cevap veremez. Kurum, ekonomik varlığının yanı sıra, toplumsal bir varlık olarak da çevresine karşı sorumluluklarını yerine getirmelidir (Çalışkan, 2010: s. 4). Kurumlar sanayi devrimi ve sonrasında küreselleşme ile iktisadi ve toplumsal hayatta giderek etkilerini artırmış, bununla birlikte sosyal sorumluluk anlayışları da daha çok tartışılmaya başlanmıştır. Kuruluş amaçları farklı da olsa, her kurum bir çevre içerisinde faaliyet göstermektedir. Çevre, birlikte yaşanılan ve etkilenilen her şey olarak ifade edilebilir (Korkmaz, 2009: s. 46). Kurumun faaliyetlerini etkileyebilecek ya da etkilenecek iktisadi, politik ve yasal yanı sıra kültürel yapı ve teknolojiler çevreyi oluşturmaktadır (Akgemci ve Güleş, 2010: s. 30). Kurumun girdilerini temin ettiği ve çıktılarını arz ettiği unsurlardan oluşan bütüne çevre denir (Ülgen ve Mirze, 2013: s. 90).

Kurumların ilgi alanları, büyüklüğü, konumları, faaliyet türleri dikkate alındığında sosyal sorumluluk alanlarının kapsamının ne kadar artabileceği ortaya çıkmaktadır. Ancak tarihsel süreç içerisinde bazı sosyal sorumluluk alanlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Sosyal sorumluluk alanları; çalışanlara, hissedarlara ve yatırımcılara, rakiplere, müşterilere, tedarikçilere, çevreye, topluma ve devlete karşı sorumluluklar olarak belirtilebilir (Öztürk, 2013: s. 33). Kurumlar, rakiplere, tüketicilere, tedarikçilere, çevreye, topluma ve devlete karşı KSS anlayışının gereklerini yerine getirmeyi uzun vadede getirisi yüksek bir yatırım olarak düşünmelidir (Çam, 2010: s. 17). Kurumların sosyal sorumluluk alanı, toplumsal refahın ve yaşam standartlarının artırılması maksadıyla yapılan tüm kurum faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu nedenle sorumluluk alanı ifadesiyle, hissedarlara, çalışanlara, müşterilere, çevreye, genel olarak topluma karşı sorumluluklar kastedilmektedir.(Büyükyılmaz ve Fidan, 2015: s. 373).

Kurumun faaliyet gösterdiği çevre birçok tehdidi ve fırsatı içerisinde barındırmaktadır. Uzun vadeli stratejik yaklaşımlar sergilenirse tehditlerden korunulabilir ve fırsatlardan yararlanılır (Ertuna, 2008: s. 99). KSS anlayışı kurum tarafından tam olarak benimsenirse, kurum için tehditleri fırsata dönüştürecek stratejik bir hareket zemini oluşturabilir.

Tarihsel süreçte KSS anlayışına ilişkin yaşanan gelişim KSS uygulama alanlarına da yansımıştır. Kurum merkezli klasik anlayışta ekonomik ve yasal sorumluluklara uyulmasının yeterli olduğu görülürken, toplum merkezli anlayışta sosyal sorumluluk alanlarının kapsamının artırılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda sadece kâr elde etmek yetersiz görülmüş, kurumun topluma hizmet etme amacıyla toplumsal sorumluluk alanlarına eğilmesi zorunluluğu doğmuştur (Torlak, 2013: s. 33). Toplumsal beklentilerin ve değerlerin sürekli değişmesi ve kapsamını genişletmesi KSS anlayışına da dinamik bir yapı kazandırmakta ve KSS uygulama alanlarını da genişlemeye zorlamaktadır. Söz konusu alanlar, kurumların sosyal sorumluluğunun sınırlarını ve kapsamını meydana getirmektedir. Kurumların bu bağlamda çalışma koşullarını iyileştirmesi, tüketicileri koruması, çevre kirliliğinin engellemesi, hissedarlarının çıkarlarını koruması ve toplumsal sorunların çözümüne destek vermesi beklenmektedir (Becan, 2011: s. 20). Kurumların karşılıklı ilişki içerisinde oldukları çok sayıda sosyal sorumluluk alanları vardır. Bunlar aynı zamanda sosyal sorumlulukların sınırlarını ya da kapsamını meydana getirmektedir (Eren, 2013: s. 113).

1.1.2.1. Hissedarlara Karşı Sorumluluklar

Hissedarlar kurumların kurucu ortaklarından, menkul kıymetler borsasında hisse senedi alan yatırımcılara kadar geniş bir yelpaze içerisinde tanımlanabilir. Bir kurumun hissedarlarına karşı sorumlulukları; kurumun yatırımları, planları ve faaliyetleri hakkında yanıltıcı bilgi verilmemesi, hesapların doğru tutulması, kâr ve zararın gerçekçi olarak hesaplanması sayılabilir (Korkmaz, 2009: s. 48).

KSS anlayışı kapsamına giren ilk konu hissedarlara karşı yükümlülüklerdir. Kurumların en temel kaynağı sermayedir. Hissedarlar kuruma sermaye sağlarlar ve bunun karşılığında da kâr elde etmek isterler. Bu kâr beklentisi hissedarları; faiz, gayrimenkul, kıymetli taş ve madenler gibi alternatif değerlendirme yollarına yatırım yapmaktan alıkoymaktadır (Eren, 2013: s. 113). Kurum sahibi ve hissedarların kurum ile ilgili temel istekleri, genelde verimliliği artırmak üzerine şekillenmiştir. Verimliliği artırırken, üretim araçları ve çalışanlardan en üst düzeyde faydalanarak kârı maksimize etmektir. Bu hedef doğrultusunda, bazı işletme ve sermayedarların kâr artırmaya bu denli yoğunlaşması, çalışanlar, müşteriler ve toplumu rahatsız

edecek seviyeye ulaşmıştır (Ural, 2013: s. 70). Kurumlar, kâr ile riski uygun şekilde dengeleyerek piyasa değerlerini maksimize etmelidir. Bunu yaparken ekonomik ve sosyal içerikli eylemlerde şeffaf bir yönetim anlayışı benimsemeli ve finansal anlamda doğru ve eksiksiz bilgileri toplumla paylaşmalıdır (İşseveroğlu, 2001: s. 64).

Kurumlar hissedarlarına yönelik en temel sorumlulukları kamuoyuyla doğru bilgileri şeffaf bir şekilde paylaşmaktır. Hissedarların yasal hakkı olan bilgi edinme hakkının kullanılabilmesi adına kurumun yayımladığı tüm bilgi ve raporlarda dürüstlük ilkesine özen gösterilmelidir (Boztepe, 2010: s. 49). Kurumların mali durumlarını doğru verilere dayandırarak sağlıklı bir şekilde açıklaması muhasebe bölümleri aracılığıyla olur. Mali bilgilerin açıklanması konusundaki sosyal sorumluluk belirli bir kişiye ya da zümreye karşı değil, tüm topluma karşı yerine getirilmesi gereken bir sorumluluktur ve tarafsızlık ve dürüst davranılmasının gereğini ifade eder. Kamuoyunun doğru bilgilerle aydınlatılması ilkesi KSS anlayışının bir gereğidir. Kuruma ilişkin bilgi sahibi olmak isteyen herkese doğru finansal bilgiler zamanında sağlanmalıdır (Şimşek vd., 2014: s. 368).

1.1.2.2. Tüketicilere/ Müşterilere Karşı Sorumluluklar

6502 sayılı TKHK 3. maddesi tüketiciyi; ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi olarak ifade etmektedir (www.resmigazete.gov.tr, Erişim Tarihi: 15.02.2016). Tüketici, kurumun faaliyetlerinin çıktısı olan mal ve hizmeti satın alan kişidir. Kurumlar, mal ve hizmetlerini, tüketicilerin beklentilerine uygun olarak üretmekte ve onların beğenisine arz etmektedirler. İşletmelerin hedeflerine ulaşabilmeleri için tüketicilerin hayati önem taşıdığı tartışmasız kabul edilen bir gerçektir (Boztepe, 2010: s. 51).

1929 Dünya Ekonomik Buhranı öncesi kurumlar sadece kitlesel üretimle ilgilenmişler ve tüketicileri kitle içerisinde birimler ya da kitlesel tüketiciler olarak görmüşlerdir (Ritzer, 2011: s. 59). Henry Ford'un ünlü, "Rengi siyah olmak kaydıyla, müşterilerimiz istedikleri her renk arabayı satın alabilirler." sözü bu dönemi tam anlamıyla ifade etmektedir (Odabaşı, 2004: s. 24). Ancak, 1929 buhranı ile başlayan süreçten günümüze dünyadaki vurgu, üretimden tüketime, buna

paralel olarak da ticari güç üreticiden tüketiciye (görünürde⁴) geçmiştir (Odabaşı, 2004: s. 55). 19. yüzyılda üreticinin elindeki güç 20. yüzyılda tüketiciye geçmiştir (Baudrillard, 2004: s. 96).

Günümüzde her türlü ekonomik faaliyetin merkezinde tüketicilerin ihtiyaçları ve tercihleri yer almaktadır. Bu ihtiyaçları karşılayan kurumlar kârlarını maksimize ederek varlıklarını sürdürebilmektedir. Ancak, tüketici beklentileri ve bu bağlamda kurumların sorumluluk boyutları çeşitlenmiştir. Kaliteli ve ucuz mal ve hizmetlerin piyasaya sürülmesinin yanında, çevreye dost üretim teknolojileri, çocuk veya zorla işçi çalıştırılmaması gibi çok farklı konularda sorumluluk sergilenmesi tüketiciler tarafından kurumlardan beklenmektedir (Şimşek vd., 2014: s. 365). Tüketici her zaman en kaliteli mal ve hizmeti en hesaplı şekilde satın almayı talep eder. Tüketicileri tatmin edebilme adına; kaliteli mal ve hizmetleri rakip firmalardan daha ucuza piyasaya sunmak gerekmektedir (Karaoğlu, 2010: s. 193).

Bu günün tüketicisi için beklenti ve gereksinimlerinin en üst düzeyde karşılanmasının yeterli değildir, ayrıca kendisine ve ekolojik dengeye değer verilmesini, saygı gösterilmesini istemekte ve tüketim kararını, sosyal sorumluluğunu üstlenen kurumlar lehine almaktadır (Ural, 2012: s. 216; Akhüseyinoğlu, 2010: s. 20).

Kurumlar tüketicilerini memnun ettikleri müddetçe, serbest rekabet piyasasında hayatta kalma şansına sahip olabileceklerdir. Kurumların tüketicilere karşı sorumluluklarından biride standart ve güvenilir mal ve hizmetler üretmesidir. Bu sayede tüketici mal ve hizmette seçme kolaylığı elde eder. Satış sonrası destek önem kazanır. Standardizasyon tüketicinin olduğu kadar üreticinin de yararınadır. Standardizasyon sayesinde hatalı mal ve hizmet üretimi minimize edilirken, pazarlama maliyetleri de azalır (İşseveroğlu, 2001: ss. 62-63).

Tüketicilerin haklarının korunmasına ilişkin ilk örgütlü hareketlerin ABD’de görüldüğü söylenebilir. 1928 yılında Amerika Standartlar Bürosunun ürünlerin kontrol sonuçlarını “Tüketici Raporu” ismiyle yayımlamaya başlaması bunun

⁴ Bu güç transferinin görünmeyen yönleri olduğuna dair bkz. (Sönmez, 2016: ss. 262-284).

örneklerindendir. ABD’de tüketici bilincinin gelişmesinin bir sonucu olarak, Başkan J. F. Kennedy 15 Mart 1962’de kongrede yapmış olduğu konuşmada ilk kez tüketici hakları kavramını kullanmıştır. Konuya ilişkin çıkarılan yasalar aşağıdaki genel başlıklar;

- Güvenlik hakkı, tüketicinin sağlığının ve hayatının korunması,
- Bilgi edinme hakkı, ürün ve hizmetlerin özellikleri hakkında doğru ve tam bilginin tüketiciye verilmesi,
- Seçme hakkı, kurumların birleşme veya anlaşma yoluyla tüketicinin seçme hakkını sınırlamaması,
- Temsil edilme hakkı, ürün ve hizmetlere ilişkin kendilerini ilgilendiren konularda tüketicilerin karar alma mekanizmalarına katılımının sağlanması olarak belirtilebilir (Korkmaz, 2009: s. 50-51).

Yazında yaygın bir şekilde ABD’de başladığı kabul edilen⁵ düzenlemelerin, günümüzdeki en somut ifadesi 1985 tarihli Birleşmiş Milletler Evrensel Tüketici Hakları Bildirgesidir (www.tuketiciler.org, Erişim Tarihi: 19.02.2016).

Söz konusu bildirgede tüketicilere kazandırılması amaçlanan temel haklar; sağlık güvenliği, ekonomik çıkarlarının korunması ve geliştirilmesi, tüketim kararı verirken yeterli bilgiye ulaşabilmeleri, tüketicilerin eğitimi, zarara uğramaları durumunda zararın tazmini, örgüt kurma özgürlüğüdür. Bu hakların BM bildirgesinde yer alması, tüketicilerin temel haklarının neler olduğunun belirlenmesi ve güvence altına alınmasını sağlamaktadır. Anılan bildirgede, bahse konu hakları gözetmek için girişimlerde bulunmak üzere, hükümetler, kamu kurumları, şirketle ve üniversiteler teşvik edilmektedir (www.tupadem.hacettepe.edu.tr, Erişim Tarihi: 19.02.2016).

Günümüzde toplumun temel dinamiği tüketim olmuştur (Drucker, 1984: s. 61). Bu kapsamda da, tüketicilerin kurumlar üzerindeki gücü her geçen gün artmaktadır. Bunun bilincinde olan kurumlar KSS anlayışına uygun faaliyetlerde bulunarak

⁵ Başka bir görüşe göre, tüketici haklarına yönelik düzenlemeler ilk kez Osmanlı Devletinde, 1502 tarihli Bursa Kanunnamesiyle yapılmıştır (www.marmara.gov.tr, Erişim Tarihi: 19.02.2016).

tüketicilerin memnuniyetine önem vermektedir. Günümüzde tüketiciler, KSS bilinciyle hareket eden kurumların mal ve hizmetlerini satın almaktadırlar. Ayrıca tercihlerinde, kurumun çocuk işçi çalıştırmaması, çevre kirliliğine neden olmaması gibi faktörler de etkili olmaktadır (Sönmez, 2014: s. 19).

Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütüncü tüketicilere karşı sorumlu davranılması gereken konular şu şekilde sayabilir (Torlak, 2013: s. 35);

- Tüketicinin sağlık ve güvenliğinin korunması,
- Doğru bilgi verilmesi,
- Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması ve geliştirilmesi,
- Örgütlenme ve temsil edilme hakkı,
- Tüketicinin zararlarının telafi edilmesi,
- Sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı.

Kurumların tüketicilere karşı en önemli sorumlulukları arasında (Bıçakçı, 2009: s. 75);

- Mal ve hizmetlerin kaliteli olması,
- Satış sonrası hizmetlerin eksiksiz verilmesi,
- Fiyatların piyasa koşulları baz alınarak belirlenmesi,
- Bozuk-defolu malların hiçbir mazeret sunulmadan geri alınması,
- Paketlemede ve reklamlarda yanlış bilgi verilmemesi,
- Raf ömrü ve son kullanma tarihinin doğru olarak belirlenmesi,
- Temizlik ve sağlık koşullarına dikkat edilerek üretim yapılması,
- Perakendecilere dağıtımın zamanında yapılması,

- Rakip firmaların zor duruma düşmesinden istifade edilerek fiyatların artırılmaması sayılabilir.

1.1.2.3. Devlete Karşı Sorumluluklar

Devletlerle kurumların ilişkisinin iki yönüdür. Devlet, mal ve hizmet üretimi için gerekli alt yapıyı hazırlar, yatırım için gerekli ortamı yaratır, geliştirilmesini istediği sektörlerde teşvikler verir ve vergi düzenlemeleri yapar. Bunların karşılığında ise kurumlardan yasalara uygun davranmalarını, vergilerini vermelerini, çevreyi kirletmemelerini ve istihdama katkıda bulunmalarını talep eder (Korkmaz, 2009: s. 54).

Kurumların devlete karşı yerine getirmesi gereken sorumlulukları vardır. Bu sorumlulukların çoğuna ilişkin yasal düzenlemeler mevcuttur. Kurumlar açısından devlet kavramı dendiğinde ilk akla gelen; ödenen vergiler, SSK ve diğer yasal zorunluluklar olmaktadır. Devlete karşı olan bu sorumluluklarda vergisini vermesi kanuni sorumluluk olmakla birlikte, bu vergiyi tam gereği gibi vermesi etik sorumluluklar boyutunu ifade etmektedir (Kömürcü, 2012: s. 35).

Devlet, kurumlardan ülkeye hizmet etmelerini ve vergi yükümlülüklerini yerine getirmelerini istemektedir. Devlet bunu yasalar vasıtasıyla düzenlemektedir. Bu yasalar çerçevesinde de bir sorumluluk alanı ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda kurumun devlet ya da temsilcisi olan kamu kurumlarına karşı sorumlulukları, ödenecek vergilerde yapılan hesapların doğruları yansıtması, yasal sorumlulukların yerine getirilmesi ve dolaysız ya da dolaylı olarak toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunulması şeklinde belirtilebilir (Torlak, 2013: s. 43).

1.1.2.4. Tedarikçilere Karşı Sorumluluklar

Kurumun üç temel işlevinden biri, satış ve üretimle birlikte tedariktir. Mal ve hizmetlerin üretimi için bazı donanım, malzeme, hizmet, hammadde ve makinelerin tedarik edilmesi gereklidir. Eğer tedarik edilen bu mal ve hizmetler kalitesiz olursa, kurumun ürettiği mal ve hizmetlerde kalitesiz olur. Her kurum bir takım mal ve hizmetlerin satıcısı iken bazı mal ve hizmetlerinde alıcısıdır. Kurumların sosyal sorumluluklarına duyulan toplumsal ilginin artması, kurumları beraber iş yaptıkları

tedarikçilerinin de çalışmalarını kontrol etmeye zorlamaktadır (Korkmaz, 2009: ss. 61-62). Tedarikçiler kurumdan mal ve hizmet siparişleri alarak kurumun başarısına katkı sağlayan toplumsal paydaş grubudur. Tedarikçiler ve kurumlar ortak başarıları için birbirlerine bağımlıdırlar. Tedarikçilerin kurumlardan adil bir sözleşme yapma, adaletli bir şekilde muamele görme gibi bazı haklar talep edebilir. Tedarikçilere karşı sorumlulukların başında kurumun tedarikçisine karşı olan sadakati gelmektedir. Kurum, eğer tedarikçileri rakipleri ile aynı rekabet düzeyini korurken onlarla çalışmayı bırakmıyorsa etik davranmış olacaktır. Bir diğer husus, tedarikçilerle adil şekilde görüşme yapmaktır. Tedarikçilerin hepsine eşit şanslar vermek, fiyat tekliflerini adil şekilde değerlendirmek kurumun tedarikçilere karşı sorumluluklarındandır (Torlak, 2013: s. 43).

Tedarikçilere eğitim desteği verilmesi, topluma değer kazandırma anlayışına onların da dâhil edilmesi sosyal sorumluluk açısından yararlı olacaktır. Aynı şekilde kurum, iş ortaklarının da kendi paydaşlarına karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirdiğinden emin olmalıdır. Böylelikle bütüncül bir şekilde toplum, sosyal sorumluluk faaliyetlerinde yarar görecektir ve toplumsal sorunlar daha kolay minimize edilecektir (Ayçiçek, 2010: ss. 39-40).

1.1.2.5. Rakiplere Karşı Sorumluluklar

Serbest piyasa ekonomisinin vazgeçilmez unsuru rekabettir. Kanunların öngördüğü haklı rekabet tüketicilerin faydasıdır, aldatılmasını önler, kaliteli ve ucuz mal ve hizmetlerin piyasaya sürülmesine neden olur. Kurumlar bu kurallar kapsamında hareket etmelidirler (Ayçiçek, 2010: s. 40). Kurumlar hem bölgesel, hem ulusal hem de küresel ölçekte sürekli rekabet halinde faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Kurumun kendisini, aynı zamanda mal ve hizmetini farklı konumlandırabilmesi tercih edilebilir olmanın en önemli gereğidir. Benzer sektörde faaliyet gösteren kurumlar, birbirleriyle rekabet halindedir ve bazen bu rekabet ortamını kaldırmak için kendi aralarında kartel, tröst gibi yapılar kurmaktadır. Kurumlar bu gibi yapılar aracılığıyla haksız rekabet ortamı da yaratabilmektedir (Torlak, 2013: s. 43).

Fiyat sınırlamaları, talebin manipülasyonu, rakip ürünlerin sattırılmaması, perakende fiyatlara müdahale edilmesi, fiyat farklılıkları, fiyat anlaşmaları, rüşvet konuları iş

ahlakının pazarla ilgili karşılaştığı sorunlara örnek verilebilir. Bu ahlak sorunları, alım gücünün düşmesi, işten çıkarmalar sebebiyle işsizliğin artması, vakit kaybı gibi toplumsal ve iktisadi anlamda problemlerin doğmasına neden olabilmektedir (Karaismailoğlu, 2006: s. 60).

Rakiplere karşı sorumluluklar; rakiplere iftira atılmaması, gizli bilgilerin ifşa edilmemesi, çıkar amacıyla rakiplerin yaptığı hatalı işlemlere göz yumulmaması, rakiplerle fiyat anlaşmalarının yapılmaması, rakipleri pazar dışına çıkarmak amacıyla fiyat düşürülmesi olarak belirtilebilir (Korkmaz, 2009: ss. 64-65).

Türk Ticaret Kanununun 54. ve 55. maddeleri gereğince;

- Rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar haksız ve hukuka aykırıdır (www.ticaretkanunu.net, Erişim Tarihi: 04.04.2016).

Serbest piyasa koşullarında her kurum rekabet etmelidir. Ancak bu rekabet yıkıcı ve haksız rekabet olmamalıdır. Bu bağlamda kurum ve rakipleri ile olan ilişkilerinin bir kısmı kanunlarla düzenlenmiştir ve birçok ülkede rekabet kanunları kurumların rekabetini engelleyecek davranışlarına yasal yaptırımlar getirmiştir. Kurumların dürüst rekabet şartlarına uyması ve hileli yollara başvurmaması gibi rakiplerine karşı bazı sosyal sorumlulukları bulunmaktadır. Kurumların bütün paydaşlarına olduğu gibi rakiplerine karşı da hukuki ve ahlaki sorumluluklarla hareket etmesi hem tüketicileri hem de kurumları piyasadaki olumsuz etkilerden koruyacaktır (Hasanov, 2010: s. 34).

1.1.2.6. Topluma Karşı Sorumluluklar

Ekonomik ve sosyal sistemin bir parçası olan kurumların, var olduğu toplumun sorunlarına kayıtsız kalması mümkün değildir. Aynı zamanda kurumlar faaliyetlerini gerçekleştirirken, toplumda ekonomik olduğu kadar sosyal etkilerde meydana getirir. Başka bir ifadeyle hem ekonomik hem de toplumsal anlamda kurumların, toplumun refahı üzerinde önemli etkileri vardır (İşseveroğlu, 2001: s. 59). Günümüzün

mükemmel örgütleri, kararlarını sadece kurumları çerçevesinden değil toplum üzerindeki etkilerini de göz önünde bulundurarak almalıdır (Grunig, 2005: s. 258).

Toplumsal sistemde tarihsel süreçte yaşanan değişimler, kurumların varlıklarını sürdürebilmeleri adına, çevrelerinde meydana gelen değişiklikleri takip etmelerini ve bu değişikliklere uyum göstermelerini zorunlu hale getirmiştir. Kurumlar içinde var oldukları toplumdan bağımsız hareket ederek; kârlarını maksimize etmek, varlığını sürdürmek, toplum için değer yaratmak gibi amaçlarını gerçekleştirebileceklerini söylemek mümkün değildir (Boztepe, 2010: s. 1).

Dolayısıyla KSS yaklaşımını benimseyen bir kurum bir yandan kendi hedeflerini elde ederken, diğer yandan kurumun faaliyetlerinden etkilenen toplumun beklentilerini de karşılamalıdır (Kelgökmen, 2010: s. 307). Bununla birlikte, kurumların sosyal konulara fazla duyarlı davranmalarının, kurumsal amaçlardan uzaklaşılmasına neden olabileceğini savunanlarda bulunmaktadır (İbişoğlu, 2007: ss. 13-14).

Kurumların sosyal sorumluluklarını; STK, vakıf, dernek gibi organizasyonlara bağışta bulunarak, eğitim, sanat, spor, kültür alanındaki faaliyetlere sponsor olarak yerine getirebilirler. Bununla birlikte, çevre kirliliğinin önlenmesi, şehir yaşamının yol açtığı sorunların çözümü, işsizliğin azaltılması için yeni istihdam olanakları, eğitim, sağlık, enerji tüketiminin azaltılması gibi birçok konuya eğilerek sosyal sorumluluklarını yerine getirebilir (Korkmaz, 2009: s. 67).

Özgüç, İMKB-30 endeksindeki şirketlerin 2006 ve 2007 yılı KSS faaliyetlerine yönelik raporlarını incelenmiş ve bildirilen faaliyetlerde “toplum” kategorisine yönelik faaliyetlerin birinci sırada yer aldığını bulmuştur (2009: s. 14). Bu tespit günümüzde KSS anlayışının toplum merkezli yaklaşımına da işaret etmektedir.

Kurumlar, toplum içerisinde var olmakta ve kâr elde etmektedirler. Bu bağlamda topluma karşı da bazı sorumlulukları vardır. Bahsedilen sorumluluk alanının içerisinde, işsizliği azaltıcı istihdam sağlamaları, toplumsal sorunlara eğilmeleri, faaliyette gösterdikleri çevrenin fiziki (yeşil alanlar, bina, vb.) ve sosyal altyapısına

(kültür merkezleri, spor tesisleri, vb.) katkıda bulunmaları, eğitim ve kültür alanında finans sağlamaları sayılabilir (Becan, 2011: s. 22).

1.1.2.7. Çevreye Karşı Sorumluluklar

1970’li yıllarda yaşanan toplumsal hareketler KSS anlayışında bir dönüm noktasını temsil etmektedir. Toplumsal beklentiler ve siyasal kararlar KSS uygulamalarını şekillendirmeye başlamıştır. KSS anlayışı 1990’lı yılların ortalarında önemli bir kayma daha yaşamıştır. Çevresel hassasiyetler, KSS anlayışının merkezine yerleşmiştir (Adebayo, 2000: s. 6). Günümüzde KSS kavramı altında yer alması toplum tarafından en çok talep edilen ve bu bağlamda hassasiyetle takip edilen hususlardan birisi de çevreye zarar verebilecek uygulamalardan kaçınılmasıdır. Bu kapsamda çok sayıda denetim mekanizması da faaliyet göstermektedir. Özellikle, Çevreye Duyarlı Ekonomiler Koalisyonu (CERES), bu konuda dikkat çeken çalışmalar yapmaktadır. CERES, proaktif çevre düzenlemeleri yapan, yasalara uygun hareket eden, gereksiz riskleri ortadan kaldıran şirketlerin sağladığı rekabet avantajına dikkat çekmektedir. Son yıllarda çevresel sorunlarda yaptığı çalışmalarla ABD ve Avrupa’da ki kurumsal yatırımcılara öncülük eden CERES, 2,7 trilyon doların üzerindeki büyük bir güce de kumanda edebilmektedir (Lee, 2008: s. 55)

KSS anlayışı şekillendiren bir önemli etkende özellikle son zamanlarda enerji ve hammadde yetersizliğinin, küresel ısınmanın ve çevre kirliliğinin dünyadaki insan yaşamını tehdit eder boyutlara ulaşmasıdır. Kurumların faaliyetlerini yerine getirirken çevreye zarar vermemeleri, hatta çevreyi iyileştirici projeler yapmaları toplum tarafından daha çok beklenmeye başlanılmıştır (Korkmaz, 2009: s. 33). Günümüzde toplum, kurumlardan çevre kirliliğini minimize etmesini, doğal kaynakları etkin ve verimli kullanmasını giderek daha da artan bir baskıyla talep etmektedir (Adebayo, 2000: s. 1). Görülmektedir ki, KSS kavramı altında çevreye yapılan vurgu önem kazanmıştır. Bu önem kazanmanın sanayileşmenin aşırı bir üretkenlikle dünyadaki yaşamı tehdit eder duruma gelmesinden kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Başlangıçta çevre sorunlarının olası olumsuz sonuçları sadece bilim adamları tarafından dile getirilmiş olsa da, günümüzde, çevresel sorunlar nedeniyle günlük

yaşamlarında etkilenmesi nedeniyle halk kitleleri de çevresel sorunlarla ilgilenir hale gelmiştir (Altunoğlu ve Atav, 2009: s. 1). Bunun bir nedeni de, çevre kirliliği ve ekolojik dengenin bozulmasının sadece günümüzde yaşayan insanları değil, gelecek nesilleri de ilgilendirmesidir (Dede ve Çınar, 2010: s. 25). Günümüzde KSS kavramına ilişkin yapılacak bir tanımda çevre kirliliğinin azaltılmasına yönelik vurgu yapılması bir zorunluluk haline gelmiştir (McWilliams vd., 2006: s. 1). Kurumların çevreye verdikleri zararlara rağmen faaliyetlerini sürdürebilmelerinin bir nedeni belki de, çevresel duyarlılık söylemiyle desteklenen KSS kalkını koruması altına sığınmalarındandır (Coover, 2008: s. 2). Şaşırtıcı olmayacak bir şekilde, doğal çevre üzerine doğrudan etkisi olan şirketler için çevreye katkıda bulunan projeler daha popülerdir (Kotler, Lee, 2013: s. 183). KSS kurumların çevresel duyarlılık konusunda olumlu imajını oluşturarak, manipölasyon yapmasına imkân veren bir alandır (Frankental, 2001: s. 23).

Günümüzde, sanayileşmenin etkilerinin küresel boyutta krizler meydana getirme potansiyeli ve buna karşı yükselen küresel tepkiler, KSS kavramının içerisindeki çevresel duyarlılık vurgusunun artmasına neden olmuştur (Keskin, 2010: s. 13). Bunda çevresel kirliliğin oluşturduğu riskin boyutunun artması en önemli etkidir.

Bu nedenledir ki Bech, moderniteyle yoğrulan zihnimizin bilgi dağarcığına “Risk Toplumu” kavramsallaştırmasıyla bir toplum tanımı daha eklemiştir. Risk toplumunda azar azar ya da hızla -kirli hava alarmında, toksik sızında vs.- su yüzüne çıkan şey, felaketin potansiyelidir. Risk toplumu, felaket toplumudur (Beck, 2011: s. 29).

Sanayileşme, doğanın fethi içinde devrimci bir adıma işaret eder. Bu devrim, insan ile doğa arasında makineleşmenin gittikçe özerklik kazanmasına, özerklik kazandıkça makineleşmiş üretimin doğayı yapılandırması anlamına gelmektedir (Abel, 1994: ss. 118-119). Sanayileşme, teknolojik gelişmenin tanıdığı imkânlarla doğayı yok etmede görülmemiş olanaklara sahip olmuştur. Doğa tarihte hiç görülmediği şekilde değiştirilmeye çalışılmakta ve yok edilmektedir (Swain, 2013: ss. 34-35).

Sanayileşmenin ve aşırı üretimin sonucunda oluşan çevre kirliliğinin, önlem alınmazsa insan hayatının sonunu getirebileceği senaryoları her geçen gün daha gerçekçi görünmekte ve insanların çevresel kirlilik konusundaki duyarlılığının artmasına yol açmaktadır. Bu duyarlılık artışı KSS anlayışının çevre alanında uygulanmasının önemini daha da artırmaktadır (Büyükyılmaz ve Fidan, 2015: s. 365). Sanayileşmenin alkışlandığı günler geride kalmış, sanayileşmenin olumsuz yönlerinin de farkına varılmıştır. Sanayi toplumu ile birlikte ciddi çevre sorunları ve yeni risk çeşitleri ortaya çıkmıştır. Sanayi toplumunun zararlı ve yıkıcı yönü söz konusudur (Kivisto, 2008: s. 4).

Çevresel kirlilik, küresel ısınma ve susuzluk gibi tehditlerin tüm dünyayı etkilemeye başlamasıyla beraber tüm kurumlar da doğal çevreye yönelik sorumluluklarında daha hassas davranma baskısını hissetmeye başlamıştır. Gerek KSS anlayışını tüm karar alma mekanizmalarının merkezine yerleştiren, gerekse toplum baskısından çekindiği için çevreye karşı duyarlı gözükmeye çalışan kurumlar farklı şekillerde çevreyi koruma ve bunu gösterme gayreti içine girmiştir (Bıçakçı, 2009: s. 76). Çevresel sorunlara ve insan sağlığına dikkat etmeden faaliyette bulunan kurumların varlıklarının uzun süreli olması güçleşmiştir (İşseveroğlu, 2001: s. 59).

1991 yılında Hollanda'nın Rotterdam şehrinde icra edilen Uluslararası II. Sanayi ve Çevre Konferansında Philips, BASF, Volkswagen ve General Motors gibi dev şirketlerinde içerisinde yer aldığı 150'ye yakın şirket tarafından şirketlerin çevresel sorumluluklarının önemine işaret eden bir mutabakat metni imzalanmıştır. Şirketler, yeşil anayasa olarak ifade edilebilecek bu belgede, üç ana konuda güvence vermektedirler. Bunlar (Korkmaz, 2009: s. 55);

- Çevreye etkinin boyutu ölçülmeden ve gerekli önlemler alınmadan yatırım ve faaliyetlere başlamamak,
- Enerji ve hammadde tüketimini azaltacak inovatif üretim teknolojileri ve süreçlerine yatırım yapmak,
- Çalışanlarını, doğal dengeyi koruma bilincine sahip olacak şekilde eğitmektir.

Kurumların, hem doğal kaynakları efektif kullanması hem de çevreyi kirletmemesi ya da bu kirlenmeyi minimize edecek teknolojilere yatırım yapması daha da önem kazanmaktadır. Ekonomik hedefler gerçekleştirilirken, maliyetin artmasına neden olsa dahi çevre kirliliğini azaltıcı yatırımlar yapılması (İşseveroğlu, 2001: s. 64), mal ve hizmetler üretilirken doğaya zarar verilmemesi, doğal kaynakların etkin kullanılması, kurumların çevreye karşı sosyal sorumlulukları içerisinde yer almaktadır (Becan, 2011: s. 20).

1.1.2.8. Çalışanlara Karşı Sorumluluklar

Kurumda her şeyin kaynağı, kuruma dirlik ve varlık veren insan unsurudur (Korkmaz, 2009: s. 97). Kurumlar hedeflerini çalışanları sayesinde elde etmektedirler. Bu bağlamda kurumun en önemli kaynaklarından biri olan çalışanlar, sosyal sorumluluk uygulamalarında en çok dikkate alınması gereken unsurlardandır. Çalışanların verimli çalışması isteniyorsa, onların motive edilmesi gereklidir. Kurumlar, çalışanlarını motive edebilme adına; temel fizyolojik ihtiyaçlarının yanı sıra ait olma, güvenlik ve sevgi, değer ve kendini geliştirme gibi gereksinimlerini de karşılamaya çalışmalıdırlar (Torlak, 2013: s. 39).

Çalışanlar kurumun sınırları içerisinde yer almaları ve kurumun başarı veya başarısızlığından doğrudan etkilenmeleri, ya da doğrudan etkileyebilmeleri nedeniyle önemli bir yere sahiptirler. Bu nedenle çalışanlara yönelik sorumluluklar kurumun devamlılığını sürdürebilmesi adına hayati bir yere sahiptir (Coşkun, 2007: s. 23). Çalışanların kurumların sorumlu olduğu diğer unsurlardan daha farklı bir yönü bulunmaktadır. Kurum çalışanı aynı anda hem bir temsilci, hem tüketici hem de toplumun bir üyesi olabilmektedir (Torlak, 2013: s. 39).

Kurumların ILO'nun 1952 tarihli Sosyal Güvenlik (Asgari Normlar) Sözleşmesi'ne göre düzenlemeler yapması, çalışanların koşullarını iyileştirmesi, çalışanların mutluluğu için uyulması gereken uluslararası bağlamdaki hukuki sorumluluklardan biridir. Türkiye anılan sözleşmeyi 29 Temmuz 1971 tarihli ve 1451 sayılı kanunla kabul etmiştir (www. ilo.org, Erişim Tarihi: 14.02.2016).

Motivasyonun sağlanması, adil kariyer olanakları, gelecek garantisi, maddi kazanç gibi maddi ve manevi konularda çalışanlar kurumlarından beklenti içerisindeyler.

Geleneksel kurum yapısında insan unsuruna önem verilmezken, sosyal sorumluluk anlayışının ağırlık kazanmasıyla belirtilen beklentiler de karşılanmaya başlamıştır (Karaoğlu, 2010: s. 193).

Özellikle genç nüfusa sahip ülkelerde işsizlik büyük bir sorun olarak gündeme gelmektedir. Kurumlar sağladıkları istihdam olanaklarıyla işsizlik sorununun çözümünde en önemli aktörlerdir (Eren, 2013: s. 113).

Çocuk yaşta işçi çalıştırmamak, kadın, çocuk ve engellilere düşük ücret düzenlemeleri yapmamak, ücret, kıdem ve teşvik gibi konularda adil davranmak, anneler için yeterli emzirme saatleri belirlemek KSS kavramı içerisindeki çalışanlara ilişkin konular olarak belirtilebilir (Halıcı, 2001: s. 17).

Kurumun etkinliğine de katkıda bulunacağı dikkate alınarak, çalışanların mutlu olabilmesi için, bireysel özelliklerine ve becerilerine uygun işlerde istihdam edilmesi ve kendini geliştirmesine yardımcı olunması sosyal sorumluluğun kapsamı içerisinde yer almaktadır. Bununla birlikte, çalışanlar üzerinde izleme, elektronik mektup kontrolü gibi gözetim uygulamaları vasıtasıyla dini ya da siyasal görüşlerinin takip edilmesi psikolojik sorunlara yol açabilir. KSS anlayışı gereği bu tür uygulamalardan kaçınılması gerekmektedir (İşseveroğlu, 2001: s. 62).

Kurumun hedeflerini elde etmek için çalışanlarını motive etmesi gerekmektedir. Motive olan çalışan daha etkin ve verimli çalışacaktır. Bunu sağlamak için; pozitif bir çalışma atmosferi yaratmak, liyakate dayanan personel politikası uygulamak, iş güvenliğini tesis etmek, çalışma koşullarını geliştirmek, çalışanları için eğitim ve kariyer imkânları sağlamak, adil ücretlendirme ve terfi sistemi kurmak, çalışanları kurum faaliyetlerine ilişkin bilgilendirmek, çalışanların karar alma süreçlerine katılımını sağlamak, sendika kurma, grev yapma ve örgütlenme hakkı tanımak gerekmektedir. Bununla birlikte, çalışanları aşağılamamak (*mobbing*), taciz etmemek ve bu tür olayların olmasını engelleyici tedbirleri almak kurumların çalışanlarına karşı önemli sorumluluklarındandır. Bu sayede kurumlar, daha kaliteli elemanları istihdam edebilecekler, aynı zamanda çalışanlarının işten ayrılma oranları da düşecektir (Torlak, 2013: s. 39).

Kurumların en önemli paydaşı çalışanlarıdır. Çalışanlar aynı zamanda kurumlarının temsilcileridir. Bununla birlikte çalışanlar, kurumun mal ve hizmetler çıktılarının kalitesini belirleyen, kurum imajının oluşmasında önemli yeri olan, müşteri tatminini sağlayan ve kurumun iç müşterileri olarak da adlandırılabilir bir gruptur (Büyükyılmaz ve Fidan, 2015: s. 374).

1924 yılında Elton Mayo tarafından yürütülen Hawthorne araştırmalarının⁶ sonuçları çalışanlara karşı sosyal sorumluluk anlayışına uygun hareket etmenin önemine dikkat çekmiştir. Araştırmalar; çalışanların verimliliğinin, olumlu çalışma koşullarının etkisinde kaldığını göstermiştir (Torlak, 2013: s. 39).

Bununla birlikte, çalışanlara karşı sorumluluğun toplumsal yönü de bulunmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, yalnızca kurum içinde çalışanlara yönelik iyileştirmeler değil, toplumsal anlamda da istihdam sağlama sorumluluğundan bahsedilebilir. Ayrıca kurumların, yaş, cinsiyet, ırk, din, dil vb. özelliklere göre ayrımcılık yapmamaları da sosyal sorumluluk alanı içerisinde değerlendirilebilir (Büyükyılmaz ve Fidan, 2015: s. 374).

Bir diğer önemli konu da çalışanların yönetime katılımının sağlanmasıdır. Bunun iki şekli vardır; biçimsel ve biçimsel olmayan katılım. Biçimsel katılımда çalışanlar, toplantılar, görüşmeler, yönetim kurullarında çalışanların veya sendika temsilcilerinin bulunması yollarıyla yönetime katılırlar. Biçimsel olmayan katılımда ise fikir ve isteklerin alt kademelerden üst düzey yöneticilere sözlü olarak iletilmesidir (Korkmaz, 2009: s. 93).

Çalışanlarına karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmeyen kurumların ekonomik olarak da hedeflerine ulaşması mümkün değildir. En tepedeki yöneticiden en alttaki işçiye kadar sosyal sorumluluk anlayışının tam olarak bütüncül bir yaklaşımla uygulanması gereklidir (Şimşek vd., 2014: s. 368).

⁶ Western Electric şirketinin Hawthorne fabrikalarında çalışma ortamındaki teknik ve fiziksel koşullar kontrol edilerek; grup oluşturma, çalışanlar arasında sevgi bağlarını güçlendirme, yöneticilerin davranışlarını daha ılımlı olması gibi çeşitli psikolojik ve duygusal faktörler değiştirilmiştir. Değişen koşullarda verimlilikte değişimler olduğu gözlenmiştir. Sekiz yıl süren bu araştırmalar, yönetim bilimlerinde çalışanın psikoloji ve duygusal yönüne değer atfeden yeni düşüncelerin filizlenmesine neden olmuştur (Eren, 2014: ss. 21-22).

1.2. Örgütsel Yabancılaşma Kavramı

Örgütsel yabancılaşma kavramını açıklayabilmek için öncelikle yabancılaşma kelimesinin ifade ettiği anlam incelenmiş ve yabancılaşma yazınındaki hâkim yaklaşımlar ortaya konulmuştur. Sonrasında, söz konusu hâkim yaklaşımlar da dikkate alınarak ÖY kavramı ve nihayetinde ÖY kavramının boyutları açıklanmıştır. Söz konusu boyutlar çalışanların ÖY düzeylerini ölçmede yararlanılabilecek çıkarımları da içerisinde bulundurmaktadır.

Sosyal Bilimler alanında çalışan düşünürler yüzyıllardır yabancılaşma kavramıyla ilgilenmektedirler. Yabancılaşma bir taraftan toplumsal yapıdaki belirli bakış açıları arasındaki ara yüzü temsil ederken, diğer taraftan bireysel boyuttaki tutum ve davranışlardaki niteliksel cevapları temsil etmektedir. Yabancılaşma kavramına duyulan ilginin köklü tarihine karşın -ya da bunun yüzünden- kavram, değişik psikolojik durumlar ya da sosyopolitik hedefler doğrultusunda farklı şekillerde ifade edilmiştir (Cutler ve Bengtson, 1976: s. 43).

İngilizce bir terim olan yabancılaşma (*alienation*), aynen Fransızca ve Almanca eş anlamlıları olan “alienation” ve “entfremdung” gibi, birçok geleneksel kullanıma sahiptir. Yabancılaşmanın Latince orijini “alienatio”dur. Bu isim, anlamını “alienare” (bir şeyi başkasını kılmak, almak, çıkarmak) fiilinden almıştır. Alienare, başkasına ait olmak ve başkası ile ilgili olmak anlamında “alienus” terimiyle ilişkilidir. Nihayet alienus ise sıfat olarak “başka”, isim durumunda ise “başkası” anlamlarına gelen “alius”tan türemiştir (Ertoý, 2007: s. 18).

Yabancılaşma kavramını karşılayan Grekçe “alloiosis” ve bundan türetilen Latince “alienatio” sözcüklerinin “ekstasis”, yani “esrime, kendinden geçme, benliğinin dışına çıkma” anlamına gelmektedir. Terim klasik antikite sonlarına doğru ve Hellenistik devirde, “Bir ve Tek Olan’la yani Tanrıyla” bütünleşme anlamında kullanılmaya başlanmıştır (Demirer ve Özbudun, 1999: s. 10). Grekçe ekstatis fikri (*Latince supersito*), insanın dini ritüeller ve ayinler esnasında bedeninden ayrılmasını ifade etmektedir. Bu ayrılış Romalılarca zihinsel yabancılaşma (*abalienation mentis*) olarak adlandırılmakta ve toplum tarafından ilâhi olarak algılanmaktadır. İlk

Hristiyanlar içinse yabancılaşma insanın Tanrı'dan ayrılığını ifade eder. Bu bağlamda Hegel'de yabancılaşmayı, bölünmüş birliği, çelişik bir varlığı açıklamak için kullanmıştır (Bell, 1966: ss. 699-700).

Bir başka görüşe göre, Fransızca “alienation” sözcüğü, Latince “alienatio” sözcüğünden gelmektedir. Latince alienato'nun anlamı ise, “başkasına bırakma, iletme veya iletim, sevgisizlik, soğukluktur.” Latince “alienus” da diğer anlamına gelmektedir. Sözcük Latince'den Fransızca'ya gelmiş ve Yeni Ahit kaynaklı bir sorunsalı içermesine karşın, köken olarak Yunanca “allotrios”tan gelmektedir. Allotrios sözcüğü “başkası, yabancı” anlamını taşımaktadır. Eski Yunanca'da yabancılaşma anlamına gelen sözcük allotrios ise, Stoacı öğretinin “kendini kabul ettirmesi” anlamına gelen “oikeiosis” sözcüğüyle bağlantılıdır (Akdeniz, 2012: s. 13).

Yabancılaşma felsefe tarihinde Platon'un öğretilerine kadar götürülebilir. Platon'un öğretilerinde, tanımlanamayan “Bir” kaynaktan çokluğa geçiş olarak görülen evrensel bir ilerleme bulunmaktadır. Söz konusu Bir, aşama aşama açılarak anti-tezi olan doğal âlemdeki maddeye kadar çeşitli katmanlarda varlık gösterir. Söz konusu katmanlaşmayı keşfetmek için insanın varlığa yabancılaşması, katmanlaşmaları kavraması ve Bir'le bütünleşmesi gerekmektedir (Alkan ve Ergil, 1980: ss. 189-190).

Yabancılaşma terimini ilk kullanan kişi Hegel olmuştur. Hegel için insanlık tarihi, aynı zamanda insanların yabancılaşmalarının tarihidir (Fromm, 2014: s. 77). Marx'ın fikirlerinde de etkisi olan düşünürlerden birisi olan Hegel'e göre, tarihin ilerleyişi, insanların kendi özgürlüklerini fark etme sürecidir. Özgürlük ise öz-gerçekleştirmeye dayanmaktadır. Bu bakımdan özgürlük, sadece bağımsızlığın önündeki engellerin kaldırılması değil, insanın kendini etkin bir şekilde tanımlamasına imkân verecek olanaklarında varlığıyla ilgilidir. Özgürlük veya öz-gerçekleştirme ruhtan ayrı düşünülemez. Bu açıdan değerlendirildiğinde insanlık tarihi, insanların ruhlar dünyası ve fiziksel dünyanın aslında bir ve aynı şey olduğunu anlama üzerine kuruludur. İnsanların kendini ruhtan başka şey gördükleri bu yabancılaşma durumu, giderek bilginin bazı aşamaları aracılığıyla anlaşılır. Bu aydınlanma sonucu insanlar, söz konusu özgün birliği daha üst bir seviyede yeninden kurarlar. Aydınlanma esnasında kendimizle ilgili unsurları dış dünyaya yansıtarak yabancılaşırız ve bir

nokta da yabancılaşma sona erer kendi birliğimizi (ruh ile Tanrı birliği) tam olarak anlama fırsatını yakalarız (Swain, 2013: ss. 14-16). Hegel toplumsal, siyasal ve kültürel kurumlar dünyasının, yani toplumsal tözün insan faaliyeti tarafından yaratıldığını ve sürdürüldüğünü belirtir. Bununla birlikte zamanla toplumsal töz insan ile özdeşleşmeye ve insanı belirlemeye başlar. Bunun anlaşılması bir yabancılaşma sürecini gerektirir. Bu süreçte tekil tin kendi farkındalığı içinde yeniden bütünleşerek toplumsal tözden ayrılır ve bireyselleşir (Demirer ve Özbudun, 1999: s. 14). Hegel yabancılaşmayı, Hristiyan kültürünün Antik Yunan kültüründen çıkışının “tinin-özyabancılaşması” modernliğin bu yabancılaşmayı aşma süreci olarak ifade eder. Hegel’e göre Lutherci reformlar, Fransız Devrimi, yabancılaşmanın olumlu bir yöne evrilmesidir (Akdeniz, 2012: s. 8).

Genç Hegelcilerden Feuerbach, Hristiyanlık üzerine çalışmalarında, insanın kendi özünü keşfetmeden önce bu özü yani kendi olan sıfatları kutsala yansıttığını belirtir. Böylelikle din insanın özü olarak sunulabilmektedir. Bu yaklaşım insanın kendi özüne, daha açık bir ifadeyle kendisine yabancılaşmasına neden olmaktadır (Demirer ve Özbudun, 1999: s. 15). Feuerbach, tanrı düşüncesinin kendi insan özü düşüncemizden öte bir anlamı olmadığını savunur. Din, insanın kendine yabancılaşması, insanın kendi kendisinden uzaklaşmasıdır. Feuerbach’ın dinsel yabancılaşma eleştirisi, aynı zamanda din kaynaklı toplumsal sorunları çözümlemeyi de amaçlamaktadır (Akdeniz, 2012: s. 9). Feuerbach, Hegel’in düşüncelerini ateist bakış açısıyla eleştirmiştir. Ona göre kendimizi ruhla bir görmek ya da Tanrı’yı öğrenmek yabancılaşmanın çözümü değil, yabancılaşmanın sonucudur. İnsanlar, Tanrı imgelerini insanın yetilerine sahip varlıklar olarak yaratmaktadırlar. İnsan, kendi meziyetlerini; düşünmeyi, konuşmayı, yaratıcılığı hayali bir kutsal varlığa yansıtmakta ve kendine yabancılaşmaktadırlar. Kutsal varlıklara atfedilen güçler aslında insanın kendinde vardır ve insan onların yardımı olmadan da yaşamını sürdürebilir. İnsan faaliyeti, felsefi ve dini fikirlerden önce gelmektedir (Swain, 2013: s. 18).

Her ne kadar, yabancılaşma tanımı felsefi anlamda ilk kez 19. yüzyılın başlarında Hegel ve sonrasında Feuerbach tarafından kullanılmış olsa da; o dönemde yabancılaşma kavramı, çok fazla kabul görmemiştir. Marx’ın, çalışmalarında

yabancılaşmayı kullanmasıyla, yabancılaşma sosyoloji kuramına girmiş ve çok tartışılan bir kavram haline gelmiştir (Pappenheim, 2002: s. 4). Marx, yabancılaşma kavramıyla ilk kez Alman düşünür Hegel üzerine çalışırken karşılaşmıştır. Başlangıçta yabancılaşma konusundaki ilgisini, emeğinin insana yabancılaşması değil, siyasal yabancılaşma çekmiştir. Ancak fikirleri olgunlaştıkça işçinin özgür emeğine yabancılaşmasını ve bu yönüyle kapitalist sistem içerisinde metalaştırılmasını çalışmalarında merkezi bir şekilde konumlandırmıştır (Mandel ve Novack, 1975: s. 21).

Marx, hem Hegel hem de Feuerbach'ı eleştirerek kendi yabancılaşma anlayışını geliştirmiştir. Marx önce Feuerbach'ın etkisiyle Hegel'i, sonra da Feuerbach'ın teorilerini eleştirmiştir. Marx'a göre Hegel, insanların yaşam koşullarının düşüncelerini baskıladığını anlayamamış, Feuerbach ise insanı yaşam koşullarını değiştirecek yeterlilikte görememiştir (Swain, 2013: s. 19).

Marx'ta yabancılaşma (Dumenil vd., 2013: ss. 182-183);

- İnsanın kendi doğasından ve ürettiği ürünlerden bir kopmayı,
- İnsanla Tanrı, toplumsal yaşamla siyasal yaşam, insan etkinliğiyle ekonomik ilişkiler arasındaki bağların tersine dönüşünü,
- İşçilerin sermaye tarafından kontrol edilmesi, insanın dini temsiller önünde eğilmesi gibi öznenin nesne tarafından baskı altına alınışını ifade eder.

Marx'ın düşüncelerinde insanın kendisine ve dünyaya karşı yabancılaşmasına, benliğini kaybetmesine, özetle nesne haline gelmesine karşı bir mücadele yürütülmelidir. Bu mücadelenin temelinde iki unsur rol oynar. Bunlardan birincisi, sanayileşme ile ortaya çıkan makineleşme, ikincisi ise insanın öz değerlerinden uzaklaşmasıdır. Bunlarla mücadele etmek için insana özgürlük verilmesi gereklidir. Ancak bu özgürlük sadece insanı bir şeyi yapmaktan men eden kuralların kaldırılmasından ibaret değildir. Bu tür bir özgürlükte, insana kendi özünü sergileyebileceği imkânlarında verilmesi gereklidir (Fromm, 2014: ss. 7-11). Gerçekte özgürlük sadece, emeğin zorunluluk ve rutin kaygılarla belirlendiği alanın

bittiği yerde başlamış olur; demek ki özgürlük, eşyanın doğası gereği, fiili maddi üretim alanının ötesinde bulunur (Marx, 2013: s. 199).

Marx, yabancılaşma kavramını 1840'ların başında teşhis etmeye başlamış ve bu tanım hayatı boyunca aklını meşgul etmiştir. Marx'ın geliştirdiği yabancılaşma yaklaşımı, insan faaliyetlerinin nasıl harici, yabancı ve düşmanca bir şey olarak tecrübe edildiğini, bedenimiz ve aklımız için olumsuz etkilerini ortaya koymaktadır. Marx, yabancılaşma deneyimini insanlık halinin kaçınılmaz bir parçası olarak değil, insan faaliyetinin belirli oluşturulma biçimlerine bağlantılı olarak görmektedir. Açıkladığı yabancılaşma biçimi, bir zamanlar emekleme döneminde olan, fakat şimdi dünyaya hâkim olan ekonomik sistemin bir sonucuydu: Kapitalizm (Swain, 2013: ss. 3-4).

Marx'a göre yabancılaşma evreleri (Davidov, 1997: s. 59):

- İşçinin emeğinin, işçinin dışında ve ondan bağımsız olarak yer alması,
- Bu emeğin, işçinin karşısında bir güç olması,
- İşçinin emeğiyle nesneye verdiği hayatın, onun karşısına düşman ve yabancı olarak çıkması olarak ifade edilebilir.

Yabancılaşma, insanı, kendi etkinliğinin ürünlerine, üretken etkinliğinin kendisine, içinde yaşadığı doğaya, kendi özsel doğasına, insanlığına, öteki insanlara yabancılaştıran eylemdir. Yabancılaşma en yüksek seviyesine kapitalizmde ulaşır, çünkü kapitalizmi emeğin, öznel koşullarından kopuşunun zirvesidir (Marx, 2013: s. 12). Marx için yabancılaşma, insanın çevresine sahip ve egemen olamamasından ziyade, çevrenin, doğanın, diğer insanların ve hatta bizzat kendisinin kendi öz varlığına yabancı kalması demektir. Bunlar, kendisi tarafından yaratılmış olsalar bile onun üstünde ve ona karşı olan nesnelerdir. Yabancılaşmış insan dünyayı ve kendi varlığını, nesnesinden farklılaşmış özne gibi pasif olarak seyretmekle yetinir (Tolan, 1980: ss. 142-143).

Yabancılaşma kavramı Weber, Durkheim ve Simmel gibi geç 19 yüzyıl ve erken 20. yüzyıl toplum bilimcileri tarafından da ele alınmıştır. Bu bağlamda;

- Weber, bilim ve bürokrasi tarafından şekillendirilen dünyanın din ile ilgisi kapsamında yabancılaşmayı ele almıştır. Kapitalist çalışma ve servet edinme uğraşısı yolunda dini bir kabulleniş içerisinde dünyevi hazlardan vazgeçmek; insanı maddi yaşamın zevklerine ve getirilerine yabancılaştıracaktır.

- Durkheim, tek boyutlu mekanik toplum yapısından organik toplum yapısına geçiş ile toplumsal değerlerin kişi üzerindeki kontrol gücünün azaldığı belirtmiştir. Bu azalma modern insanı bir anlamsızlığı düşürerek yabancılaştırmaktadır.

- Simmel ise, kalabalık şehir yaşantısının ve buna bağlı olarak rutinleşmenin, insanın diğerlerini tanıma yeteneği körleştireceğini ve diğerlerinden yabancılaştıracığını belirtmiştir (Alkan ve Ergil, 1980: s. 207). Ayrıca Simmel'e göre makine giderek insanın rollerini üstlenmekte ve insanla bütünleşmektedir. Bunun sonucunda insan bütünlüğünü yitirerek makinenin bir aksamı statüsüne indirgenir. Bu da insanın kendi özsel değerlerine yabancılaşmasına neden olmaktadır (Demirer ve Özbudun, 1999: s. 29).

Fromm, psikanalitik vurguyu yabancılaşma tartışmalarına eklemlenmiştir. Görüşlerini, Simmel gibi günümüz toplumunun dinamikleri, sanayileşmeye ve yabancılaşmış insan ilişkileri üzerine temellendirmiştir (Demirer ve Özbudun, 1999: s. 31). Fromm'a göre insan, kendini toplumsal ilişkileri çerçevesinde yaratıcı bir güç olarak göremiyorsa, toplumu ona hep anlamsız kalıyorsa yabancılaşmıştır. Kısaca ifade etmek gerekirse yabancılaşma, kişinin kendisini pasif ve alıcı bir biçimde, yani edilgen olarak kabul etmesi demektir (2014: ss. 73-74).

Günümüzde yabancılaşma anahtar kavramlardan biri olma özelliğini sürdürmektedir. Bunda en önemli etkenlerden birinin teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak oluşturulan yeni üretim örgütlenmeleri nedeniyle, çalışanın etkinliğinin kendi dışındaki güçler tarafından yönlendirilmesi ve değersizleştirilmesi olduğu belirtilebilir (Tolan, 1980: ss. 141-142).

1.2.1. Örgütteki İnsan Unsurunun Yabancılaşması

İnsanların belirli amaçları gerçekleştirmek üzere bir araya gelerek oluşturdukları ve sistematik şekilde işbirliği yaparak çalıştıkları gruplara örgüt adı verilmektedir. Bu anlamda, ticari ortaklıklar olan şirketlerin yanı sıra, birlikler, dernekler, kulüpler, politik partiler, askeri kuruluşlar, takımlar ve buna benzer kuruluşlar da birer örgüt örneğidir. En çok bilinen örgüt tipi, gelir elde etmek ve ticari amaçları başarmak için oluşturulan işyerleridir (Ülgen ve Mirze, 2013: s. 22). Bir örgüt, önceden belirlenmiş amaçları gerçekleştirebilmek için bir araya gelmiş insan gruplarından oluşmakta, söz konusu amaç birliği insanları birbirine daha çok bağımlı kılmaktadır (Şimşek vd., 2014: s. 255).

Sanayi devriminde ve takip eden dönemde örgütlere ilişkin hâkim görüşler arasında en önemlilerinden biri Newtoncu görüştür. Newton, evreni kapalı bir sistem olarak kavramsallaştırmıştır. Newtoncu görüşte, örgüt için önemli olan, kârını maksimize etmektir. Ayrıca çalışanlar makine gibi algılanmış ve toplum ile çalışanların toplumsal gereksinimleri önemsenmemiştir. Bunun sonucunda insani değerleri görmezden gelinen çalışanlar yabancılaştırılmışlardır (Çakır, 2006: s. 10). Yabancılaşmış bir çalışma çağına başlamış, yabancılaşmayı izale etmek için yapılan gayretler, getirilen yeni çalışma ve yönetim şekilleri başarılı olamamış; beraberlerinde yabancılaşmanın yeni boyutlarını getirmiştir. Yabancılaşmayla mücadele için; üretim şeklinin çalışanın daha fazla kendini gerçekleştirmeye fırsat vermesi ve sosyal sorumluluk anlayışı içerisinde insani ihtiyaçlarının da dikkate alınması gereklidir (Swain, 2013: ss. 82-89). Günümüz yaklaşımlarında, insan gücü yani çalışan, bir maliyet unsuru olarak değil, bir “varlık-asset” (*human asset*) olarak ele alınmaya başlanmıştır. Bu varlıktan yeterince istifade edebilmek için doğrudan şirket ile çalışan arasındaki ilişkileri konu alan yeni görüşler, kavram, teknik ve uygulamalar ortaya çıkmıştır (Koçel, 2014: ss. 529-530).

Yabancılaşma kavramının, ampririk sosyolojinin anavatanı sayılan ABD’de Vietnam Savaşının ve 68 Hareketlerinin getirdiği bunalımlı atmosfer nedeniyle 1960’lı yılların sonunda önem kazandığı belirtilebilir. Kavram ilk olarak ABD’de psikolojik bir sapma durumu ile ilişkilendirilmiştir. Daha sonra çalışmalar örgütsel boyuta taşınmış, beyaz yakalar, sanayi işçileri, göçmen işçiler, hapisane kurumları vb.

alanlarda çalışmalar yapılarak örgütsel yabancılaşmanın türleri ve boyutlarıyla ilgilenilmiştir (Demirer ve Özbudun, 1999: s. 37). ABD’li düşünürler, bütüncül bir felsefi yaklaşım olan yabancılaşma anlayışını, işlevsel amaçlar doğrultusunda parçalamışlar ve boyutlandırmışlardır (Tolan, 1980: s. 3).

Yabancılaşma kavramının toplum bilimlerinde kullanılışı eskilere gitmekle beraber çalışanın, çalıştığı işyerine yabancılaşması ve bunun işyerinin başarısı üzerindeki etkisi, son zamanlarda üzerinde durulan ve araştırılan bir konu olmuştur. Bunun da nedeni, küresel rekabet ile birlikte işyeri yapılarında ortaya çıkan hızlı ve sürekli değişim süreci içinde, çalışanların buna ayak uyduramaması, mevcut bilgi ve becerilerinin yetersiz (*obsolete*) hale gelmesi gibi nedenlerle kendilerini güçsüz ve bazen anlamsız hissetmeleridir. Sonuç olarak bu durumda organizasyonun performansı düşecektir (Koçel, 2014: s. 531). İnsanlar ömürlerinin üçte ikilik bir bölümünü örgütlerde geçirirler. Bu nedenle örgütlerde yabancılaşma sorunları bütün insanları ilgilendiren olguların başında gelmektedir (Yeniçeri, 2009: s. 134).

Günümüzde örgütsel yabancılaşma üzerine yoğunlaşan işlevsel çalışmaların üç alanda yoğunlaştığı görülmektedir. Bunlar (Alkan ve Ergil, 1980: ss. 212-213):

1. Yabancılaşmanın kavramının hem genel, hem de farklı alanlardaki anlamlarını ortaya çıkarmak,
2. Örgütsel yabancılaşmanın nedenleri ve sonuçlarını açıklığa kavuşturmak,
3. Modern örgüt yapılarına bağlı olarak yabancılaşma sorunlarının nasıl gelişim gösterdiğini anlamaya çalışmaktır.

Günümüzde örgütler özellikle de şirketler, dış çevre koşullarında meydana gelen değişimlere, iç çevre koşullarında denge oluşturmak suretiyle karşılık verme durumunda kalmaktadır. Bu tür değişimlere örgütlerin etkili şekilde adapte olmalarının, rekabet avantajlarını kazanmalarına ve sürdürmelerine neden olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışanların örgütsel yabancılaşma yaşamamaları ve örgütlerinin benliklerinin önemli bir parçası haline gelmesi sağlanmalıdır (Sezici, 2012: s. 167).

Marx, örgütlerdeki yabancılaşma sorununun temelinde yatan unsurun uzmanlaşma olduğunu değerlendirmektedir. Bu bağlamda Marx, iş bölümünün çalışanın özgür emeği ile doğayı şekillendirmesinin önündeki en büyük engel olduğunu, komünist toplumun üst aşamalarında koltuk değnekleri gibi bırakılacağını belirtmektedir (Alkan ve Ergil, 1980: s. 206).

Marx'a göre iş, insanın kendi kendini gerçekleştirdiği temel etkinliktir. Bu yönüyle anahtar kavram işyerinde yaşanan örgütsel yabancılaşmadır. İnsanın iş yerinde işiyle ilgili yaşadığı yabancılaşma, her yerde kendini göstermeye başlar (Akdeniz, 2012: s. 22). Günümüzün makinelere dayalı üretim yapan şirketleri ve işbölümüne dayalı örgütsel yapılanmalarının insanlara yaşattığı bunalım; teknolojik ilerlemeye olan inancı sarsmaktadır. Söz konusu ilerleme çalışan insanın yaşadığı bunalımların sonucu olan örgütsel yabancılaşmanın tüm boyutlarıyla incelenmesini gerekli kılmaktadır (Pappenheim, 2002: s. 26).

ÖY, insanın içinde yaşadığı sosyo-kültürel çevreden ayrı düşünülemez (Yeniçeri, 2009: 134). ÖY, insanın yaptığı işi anlamlı bulmaması ve kendini kişilik sahibi ve saygın olarak değerlendirmemesidir. ÖY sadece teknolojik gelişmelerin insanı önemsizleştirmesine bağlanmamalıdır. ÖY'nin, örgüt yapısının insanın gizil gücünü kullanmasına imkân vermemesi, insanın yaptığı işi anlamsız bulması, yaşadığı sosyal çevre ve iş grubu içerisinde kişilik sahibi ve saygın hissetmemesi ve çalışanın kendi kaderini yönlendirme duygularının kaybolması gibi birçok nedene bağlı olan boyutları vardır (Alkan ve Ergil, 1980: ss. 227-228).

1.2.2. Örgütsel Yabancılaşmanın Boyutları

Yabancılaşma, hem sosyoloji tarihinde hem de modern yazında sıklıkla ele alınmış bir kavramdır. Geleneksel sosyolojide merkezi bir konumda olan yabancılaşma, günümüzde farklı boyutlarıyla değişik şekillerde karşımıza çıkmaktadır (Seeman, 1959: s. 783). ÖY kavramını kuramsal düzeyde açıklığa kavuşturma ve nicel araştırmalar için ölçülebilir boyutlara indirgeme gayretinin ilk kez Seeman'dan geldiği söylenebilir (Alkan ve Ergil, 1980: s. 216). Kavramın önceki kullanımlarını incelediğinde Seeman kavramı analitik olarak beş farklı boyutta tanımlamıştır (Cutler ve Bengtson, 1976: s. 43). Bunlar,

- Güçsüzlük (*Powerlessness*), bireyin davranışlarının sonuçlarda etkili olmayacağını düşünmesi,
- Anlamsızlık (*Meaningless*), bireyin çevresinde yaşananları anlamlandıramaması,
- Kuralsızlık (*Normlessness*), hakim kuralları kabul etmemesi,
- Tecrit (*Isolation*), toplum tarafından kabul görememe,
- Kendinden Uzaklaşma (*Self-Estrangement*), bireyin özvarlığına soğuması ve durumunun olması gerektiğinden kötü olduğuna inanmasıdır (1959: ss. 783-791; 1983: ss. 173-179; Şimşek vd., 2014: ss. 254-255).

Esasen yabancılaşmanın bahsedilen boyutları insanın örgüt içerisindeki durumunun gerçekliğiyle ilişkili olmayabilir. Kişi bazen, gerçek koşullar ile bağlantı gücünü yitirmesine paralel şekilde farkındalığını da kaybedebilmektedir. Bu durumda örgütsel yabancılaşmanın bir yoksunluk farkındalığından ziyade farkındalığın yoksunluğuna da işaret edebilmektedir (Seeman, 1975: ss. 93-95).

Dayandıkları felsefi yaklaşımlar ele alındığında; kendinden uzaklaşma ve güçsüzlük Marksist sorunsal içerisinde emeğin yabancılaşmasıyla, normsuzluk ve anlamsızlık değer kaybıyla, tecrit ise hem emeğin yabancılaşma hem de değer kaybıyla ilişkilendirilebilir (Tolan, 1980: s. 128).

Dean ise örgütsel yabancılaşmanın güçsüzlük, kuralsızlık ve topluma yabancılaşma olmak üzere üç boyutta ele alınması gerektiğini belirtmiştir. Güçsüzlük boyutu, Marx ve Hegel'in çalışmalarına uygun şekilde; işçinin üretim için kullandığı araçlar üzerindeki kontrolünü yitirmesidir. Üretim araçları üzerinde kontrolünü kaybeden insan kendi kaderi üzerindeki kontrolünü de kaybetmektedir. Kuralsızlık ve topluma yabancılaşma boyutları ise toplumsal değer yargılarının paylaşılmaması kaynaklı sorunların farklı tezahürleridir (1961: ss. 753-756).

Örgütsel yabancılaşmanın güçsüzlük, anlamsızlık ve kuralsızlık boyutlarının temelinde; işyerlerindeki ideal normların yerini fiili olguların, dış tepkilerin yerini iç

çıkılmazların, aktifliğin yerini pasifliğin, amaçların yerini araçların alması vardır (Yeniçeri, 2009: ss. 53-53).

Seeman'ın 5 boyutlu örgütsel yabancılaşma boyutları arasında en baskın olanları güçsüzlük ve kendinden uzaklaşmadır. Anlamsızlık, kuralsızlık ve tecrit örgütsel yabancılaşmayı belirleyen ikincil boyutlar durumundadır (Roberts, 1987: s. 346).

1.2.2.1. Güçsüzlük Boyutu

Yaptığı işte kendi kararlarını alma şansı az olan kişi, kendi dünyasını genel olarak daha kontrol edilemez bulacaktır. Sosyal ve bireysel alanlarda kendisinin diğer insanlara oranla daha güçsüz olduğu algısına kapılacaktır (Seeman, 1967: s: 274). Güçsüzlük bireyin işyerinde yaşananlar üzerindeki kontrolü kaybetmesi, buna bağlı olarak da yaşanan olaylarının sonuçlarının kendi lehine gelişmesi için elinden bir şey gelmeyeceğini düşünmesidir (Neal ve Rettig, 1963: s. 608). Güçsüzlük boyutu fazla olan insan; ne yaparsa yapsın, çevresinde şekillenen olayları kontrol edemeyeceğini, bu bağlamda ne karar alırsa alsın kaderin kendisi için iyi şeyler sunmayacağını düşünür (Bullough, 1967: s. 471).

İnsan, örgüt ortamında tatmin olmaz, yaratıcı niteliklerini kullanamaz, rutine binmiş ve tatmin etmeyen faaliyetlerle ilgilenirse güçsüzlük hissi fazla olur (Swain, 2013: s. 81). Güçsüzlük boyutu baskın olan kişi, yaşamın ve toplumsal gidişatın ipini elinden kaçırmıştır. İnsan, bireysel ve toplumsal yaşamının akışının kendi dışında, mahiyetini çözemediği, anlayamadığı ve karşısında çaresiz kaldığı güçler tarafından yönetildiğini, bu güçler üzerinde bir etkide bulunamayacağını ve teslim olması gerektiğini düşünür (Özbudun ve Demirer, 1999: s. 43).

Güçsüzlük boyutu, insanın kendisine sunulan seçenekler üzerinde kontrol gücünün olmadığı durumlarda fazlalaşır. Kişi içinde bulunduğu durumun kendi rızası dışında şekillendiğine ve bu şekillenme üzerinde hiçbir etkisi olmadığına ve mevcut durumun gelecekte de istediği fırsatları kendine sunmayacağına inanır (Bickford ve Neal, 1969: s. 144).

Esasen Marksist felsefe içerisinde değerlendirildiğinde, güçsüzlük boyutu yabancılaşmayla özdeşleşmektedir. Bu bağlamda yabancılaşma, “insanın yaşamıyla

ilgili hedeflerini elde etmede kendisini başarısız görmesi ve bu hedeflerine ulaşamayacağı hususunda güçsüzlük hissetmesi” şeklinde ifade edilebilir (Clark, 1959: ss. 849-850).

1.2.2.2. Anlamsızlık Boyutu

Toplumun artan bir şekilde işlevsel amaçlar doğrultusunda örgütlendikçe insan, neye inanması gerektiği konusunda asgari açıklık standartlarını algılayamamaktadır (Özbudun ve Demirer, 1999: s. 40). Anlamsızlık boyutu, insanın geleceğiyle ilişkili kaygılarına da işaret eder. Kişi, mutluluğunu arttırıcı bir davranışta bulunabileceği konusunda tereddütler yaşar ve umutsuzluğa düşer. Başka bir yönüyle, insan hedeflerini elde etme konusunda kendini yetersiz görmekte ve bunun sonucunda geleceğe ilişkin planlar yapmamaktadır (Travis, 1986: ss. 70-73).

Anlamsızlaşma boyutu, bireyin eylemlerini, örgüt içerisindeki konumuyla bağdaştıramaması ve konumunu önemsiz görmesi durumudur. Bu durumda örgütsel konumunun örgütün hedefleriyle uyuşmadığını düşünür. Bunun en önemli etkeni sanayi devrimi sonrasında yaşanan teknolojik gelişme ve iş bölümüdür. Özellikle iş bölümü ve profesyonelleşmenin artması, çalışanın çok büyük bir zincirde küçük bir halka olmasına, etrafında gelişen olayların bütününe anlamlandıramamasına yol açmaktadır (Shepard, 1973: ss. 65-66).

Bir başka ifadeyle anlamsızlık boyutu; örgüt değerlerinin tam olarak paylaşmada yaşanan başarısızlıklar, yani bireyin neye inanacağını, hangi genel doğruları rehber edineceğini bilememesi durumuyla ve çevresinde yaşananları anlayamamasıyla ilgilidir (Kılıç, 2010: s. 52). İnsanın bir eylemde bulunabilmek ya da bir hedefe yönelebilmek için karar vermesi gerektiğinde net olabilmesi adına asgari standartların sağlanamaması ve bu nedenle kişinin neye inanması lazım geldiğini bilememesi durumunda anlamsızlık güçlenir. Bu açıdan değerlendirildiğinde anlamsızlık bireyin eyleme geçmesi için gerekli olan inanç yetersizliğine işaret eder. İnsan, sahip olduğu inanç sistematığı ile hedeflerini elde edebileceğine güven duymakta sıkıntı yaşar (Seeman, 1959: s. 786).

Bir başka yönüyle anlamsızlık insanın yaptığı işi anlamsız bulmayasıyla da ilişkilidir. Özellikle ekonomik örgütlenmelerde çalışanın neyi neden yaptığı sorusuna cevap

bulamaması, yapmak zorunda kaldığı eylemlerle esas amaçlar arasında anlamlı bağlantılar kuramaması da çalışanı anlamsızlığa itebilir. Özetle çalışan, içinde bulunduğu iş yeri ortamında niçin var olduğunu anlamlandırmakta güçlük çekmektedir (Atalay, 2013: s. 34).

Çalışanın işini algılama ve değerlendirme sürecinde yaşadığı belirsizlik, anlamsızlık boyutunun en önemli sebeplerinden biridir. Karmaşık üretim süreçlerinin uygulandığı işyerlerinde bu boyut daha çok hissedilmektedir. Çünkü çalışan ürünün nasıl üretildiğini ve oynadığı rolü algılayamamakta, neyin parçası olduğunu anlayamamaktadır. Çalışan, potansiyelini kullanabildiğini hissetmemekte ve yaptığı işi anlamlı görmemektedir (Gürcü, 2012: ss. 38-39).

1.2.2.3. Kuralsızlık Boyutu

Kuralsızlık, toplumsal normların belirlediği başarı hedeflerine ulaşmak için toplum tarafından onaylanmayan davranışların benimsenmesi anlamına gelmektedir (Tolan, 1980: s. 127). Kuralsızlık, davranışı yönleltecek ilke ve ölçümler bulamamak ve amaca ulaşabilmek için örgüt tarafından onaylanmamış yollara başvurmak şeklinde tanımlanabilir. Bu bir yönüyle kabul görmüş sosyal araçlarla insanın amaçlarını gerçekleştirmede duyduğu olanaksızlık ve çaresizliğe de işaret eder (Şimşek vd., 2014: s. 255).

Memnuniyet vermeyen bir iş üzerine harcanan uzun saatler, yabancılaşmış çalışanlarda hayal kırıklığı ve soğumayı artırmaktadır. Düzgün ilerleyen bir kariyerde bireysel bağlılık için küçük bir fırsat sağlayan iş, kısmen kuralsız bir hayata bakış açısına teşvik etmelidir. Dolayısıyla iş bireyler için bir anlam taşımadığında sosyal düzen genellikle daha az destekleyici ve güvenilir gözükmemektedir (Seeman, 1967: s: 274).

Kuralsızlık genel olarak; insanın davranışını rehberlik edecek ilke ve ölçümler bulamaması ve buna bağlı olarak hedeflerine ulaşabilme adına toplumca kabul görmeyen yollara başvurmadı şeklinde ifade edilebilir. Toplumsal değer yargılarının kişiye anlamlı gelmemesi, bu nedenle başarıya ulaşabilmek için toplumsal normların dışına çıkılması kuralsızlığı doğurmaktadır. Normsuzluk veya norm yetersizliği anlamına da gelen kuralsızlık, genel kabul görmüş sosyal araçlarla hedeflerine elde

edilmesinde çalışanın yaşadığı olanaksızlıklara da işaret etmektedir (Kılıç, 2010: s. 52).

Kuralsızlık boyutunun en belirgin özelliği, insanın gurup ya da toplum tarafından onaylanmamış yolların başarı için gerekli olduğuna inanmasıdır. Kişi hedeflerine ulaşmak için toplum tarafından kabul görmeyen ve ahlâk dışı yöntemlere başvurması gerektiğini, böyle yaptığı takdirde gurup ya da toplumun da kendisi üzerinde çok büyük bir baskı kurmayacağını düşünür (Bickford ve Neal, 1969: s. 144).

Kuralsızlık ile anlamsızlık boyutlarının benzer bir kökten geldiği söylenebilir. Her ikisi de genel olarak düzenleyici değer yargılarından uzaklaşmaya işaret eder. Bununla birlikte kuralsızlık, anlamsızlıktan daha fazla bir şekilde yapısal özellikler taşır. Kişi içinde bulunduğu koşulların kendi hayatını düzenleme de yetersiz kaldığını değerlendirmektedir (Seeman, 1975: s. 102).

1.2.2.4. Tecrit Boyutu

Toplumsal yalıtım hali, insanın toplumdan dışlandığı, toplumdan atıldığı duygusuna sahip olduğu bir ortamda daha çok yaşanabilmekte ve kişinin öteki insanlarla anlamlı ilişki, etkileşim ve iletişim kuramamasına yol açabilmektedir. Yabancılaşmış insan, kendisini arkadaşlarından ayrılmış, yalnız biri olarak görebilmektedir. Yaşamını anlamsız bulur, kendisini diğer insanlara göre herhangi bir şey yapmayan biri olarak görür ve ben kimim sorusuna cevap vermekte sıkıntı çeker (Şimşek vd., 2014: s. 255). Tecrit boyutu, özellikle gurup ya da toplumsal ilişkilerin destekleyici olmadığı durumlarda daha fazla belirginlik gösterir. Destekleyici ilişkilerin eksikliği, kişinin kendini toplumdan soyutlanmış ve ayrı olarak düşünmesine yol açar (Bickford ve Neal, 1969: s. 144).

Toplumun temel değerleri tüm üyeleri tarafından benimsenirse tecritte o ölçüde daha az olacaktır. Ancak temel değerler paylaşılmaz ise toplum yapısı sorgulanmaya başlar. İnsanlar toplumsal değerleri ve süreçleri anlamsız bularak kendilerini toplumdan tecrit etmeye başlar (Weisskopf, 1995: s. 29). Tecrit insanın içerisinde bulunduğu sosyal çevreden soyutlanması durumudur. Örgütsel yabancılaşmanın tecrit boyutu iki şekilde meydana gelir: Birincisinde, kişi içerisinde bulunduğu

çevresiyle ortak bir bağ geliştiremezse kendisini tecrit eder. İkincisinde ise, birey çevresinden yanlış iletişim nedeniyle dışlanarak soyutlanır (Gürsoy, 2014: s. 39).

Örgütsel yabancılaşmanın tecrit boyutunda bireyin istenmediğini düşünmesi de etkilidir. İnsan, örgüt içerisindeki arkadaşlarının kendisini istemediği düşüncesiyle hareket ederek kendisini tecrit etme eğilimi göstermektedir. Bu durum yalıtılmışlığın etkilerini artırıcı rol oynamaktadır (Çilesiz, 2014: s. 15).

Tecrit boyutunda ödüllendirme de etkin bir rol oynamaktadır. İnsanın ait olduğu toplumda saygı gören bir davranışının, dâhil olduğu örgütsel yapı içerisinde ödüllendirilmemesi, bir başka ifadeyle itibar görmemesi çalışanın kendini söz konusu örgütten tecrit etmesine neden olur (Rhodes, 1966: s. 17).

Tecrit boyutu, insanın topluma alınmadığı, toplumdan dışlandığı duygusuna sahip olduğu bir ortamda daha çok söz konusu olmakta ve kişinin başkalarıyla anlamlı ilişki, etkileşim ve iletişim kuramamasına neden olmaktadır. Yabancılaşmış çalışan kendisini arkadaşlarından ayrılmış, devamlı onlarla bir ilişki içerisinde bulunmayan ve onlardan ayrı bir "yalnız ada" gibi görebilmekte ve bir tür tecrit olgusunu kabul etmiş görünmektedir. Çalışanın yaşamını anlamsızsa buluyorsa, çevresine karşı ilgisizse, kendisini diğer insanlara göre herhangi bir şey yapmayan biri olarak görüyorsa ve "ben kimim?" sorusuna yanıt verme de zorlanıyorsa tecrit boyutu yüksek yabancılaşma yaşamaktadır (Kılıç, 2010: s. 53).

Nihayetinde örgütsel yabancılaşmanın tecrit boyutu; sosyal yalıtılmışlık hissini, bireyin çevresiyle etkileşim ve iletişim kuramaması veya kurmaktan çekinmesiyle sonuçlanır. Tecrit edilmiş insan "yalnız" bir varlık haline gelir (Erkılıç, 2012: s. 64).

1.2.2.5. Kendinden Uzaklaşma Boyutu

Kendinden uzaklaşma, insanın bir süreç içinde öz benliğine soğuması ile ilgilidir. Bir insan, yaşamdan herhangi bir tat almıyor ve sosyal çevreye uyum zorluğu çekiyorsa, kendinde uzaklaşma boyutu ağır basıyor demektir (Şimşek vd., 2014: s. 255). Kendinden uzaklaşma, insanın ideal ve umutlarının kendisine bir getirisi olmayacağını düşünmesiyle de ilişkilidir. İş, evlilik, aile gibi hayata dair tüm beklentiler bu kapsamda değerlendirilebilir (Bolton, 1972: s. 545). Kendinden

uzaklaşma, insanın yaptığı davranışların, geliştirdiği değer, norm, gereksinme ve isteklerin tür yabancılaşmada insan, içinden gelmeyen ya da içsel güdülenmeye dayanmayan, sırf davranmak için davranışlarda bulunma halidir (Er, 2007: ss. 332-334).

Örgütün büyüklüğünün kendinden uzaklaşma boyutu üzerinde etkisi vardır. Örgüt büyüdükçe çalışan işyerindeki çevreye uyum güçlüğüne daha çok yaşamaktadır. İşyeri çevresine uyumda yaşadığı sıkıntılar kendi benliğine de soğumasına ve çalışanın kendinden uzaklaşmasına neden olmaktadır (Elma, 2003: ss. 130-133).

Örgütsel yabancılaşmanın son boyutu olan kendine uzaklaşma; insanın yaşadığı hayat ile yaşamayı arzuladığı hayatın uyuşmamasının kişide yaratmış olduğu hiçleşme durumudur. Kendinden uzaklaşan çalışanlardaki tüm eylemler istemsizdir. Yapmış olduğu tüm eylemler bir zorunluluk sonucu çalışanın isteği dışında vuku bulmaktadır. Sonuç olarak; kendinden uzaklaşan çalışan ile işi arasında gizli bir duvar olduğu söylenebilir. Kendinden uzaklaşmanın aşılması için daha çok ücret verilmesi de sonucu değiştirmez; çalışan yaptığı işi içselleştirmeyeceği için kişisel ve mesleki doyuma ulaşamamaktadır (Gürsoy, 2014: ss. 41-42). Örgüt faaliyetlerine bağlı bir şekilde kişinin gelecek ödüllere ilgisini yitirmesi, bu bağlamda da insanın kendini ödüllendirici bir faaliyet bulamaması kendinden uzaklaşmasına neden olur (Özbudun ve Demirer, 1999: s. 41).

Kendinden uzaklaşma, insanın şimdiki durumunun, toplumsal koşulların uygun olması halinde daha iyi olabileceği ve mevcut durumun kötü olduğuna inanmasından kaynaklanan bir durumdur. Çalışanın kendini artık daha fazla işine vermemesi, kendini işine adamaması ve bazı düşüncelerden dolayı yabancılaşmasıdır. Kendinden uzaklaşma boyutu, güçsüzlük ve anlamsızlık boyutlarıyla yakından ilişkilidir (Yeniçeri, 2009: s. 143).

II. BÖLÜM

ÇALIŞANIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNE KATILIMININ ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA DÜZEYİNE ETKİSİ

Bu tezin ana amacı çalışanın KSS projelerine katılımının, ÖY ile mücadele de bir mekanizma olarak kullanılabilirliğini incelemektir. Böyle bir mekanizmadan söz edebilmek için çalışanların KSS projelerine katılımı neticesinde elde edeceği kazanımların örgütsel yabancılaşmanın nedenlerini ortadan kaldıracak şekilde etki gösterebilmesi gereklidir. Bu maksatla çalışmanın ikinci bölümünde, yapılan kavramsal açıklamaların oluşturduğu zemin üzerinde; çalışanların katılımıyla gerçekleştirilme durumları da dikkate alınarak KSS projelerine yönelik açıklamalar yapılmış, müteakiben çalışanların KSS projelerine katılımının sağlanmasının önemi açıklanmıştır. Hitamında, örgütsel yabancılaşmanın nedenleri ortaya konulmuştur. Nihayetinde, KSS projelerine çalışanın katılımının sağlanmasının neticesinde elde edilecek kazanımların, örgütsel yabancılaşmanın nedenlerini izale edebilirliği tartışılmıştır.

2.1. Çalışanların Katılım Durumları Dikkate Alınarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Gerçekleştirirken İzlenebilecek Yollar

KSS; kanunlara uymayı, faaliyetlerinin neticesinin sorumluluğunu üstlenmeyi ve sürdürülebilir kalkınmayı içeren kapsamlı bir alandır. Bu anlamda da, kurumlar çok farklı alanlarda KSS projeleri gerçekleştirmektedirler. Sağlıklı bir çevre, eğitilmiş, sağlıklı, sanata yakın bir toplum doğrultusunda; kültür-sanat, ekoloji, sağlık, eğitim ve spor alanlarına katkı sağlayan projeler son yıllarda oldukça gelişmektedir (Özgen, 2007: ss. 2-3).

Geleneksel KSS uygulama yaklaşımı; yönetim kurulu tarafından seçilen bir konuda ki en kolay faaliyeti yaparak bir zorunluluğu yerine getirmektir. Ancak, bu yaklaşım günümüzde; kurum içerisinde birçok kişiyi karar alma süreçlerine dâhil eden, toplumun, müşterilerin ve çalışanların en çok dikkat ettikleri konuları ele alarak toplumun beklentilerini karşılamayı amaçlayan bir anlayışa evrilmiştir (Kotler ve Lee, 2013: s. 9). Kurumlar bu konularda sorunlu olarak gördükleri alanlara katkıyı KSS projeleri gerçekleştirerek sağlamaktadırlar (Boztepe, 2010: s. 43). KSS projeleri vasıtasıyla toplumla kurulan ilişkilerde temel prensip, kurumların toplumdan almış

olduklarını topluma geri kazandırmaları ve kurumun faaliyetlerinin topluma olan olumsuz etkilerini en aza indirerek, olumlu etkilerini artırmak olmalıdır (Ayçiçek, 2010: ss. 38-39).

Kurumlar yer yıl, hayırseverlik, amaca yönelik pazarlama, , çalışan gönüllülüğü, kar amacı gütmeyen çeşitli organizasyonlara yapılan bağışlar, çevresel kirliliğinin azaltılması gibi çeşitli başlıklar altında yürütülen KSS projelerine önemli miktarda nakdi harcamada ve kaynak tahsisinde bulunmaktadır. Bunda KSS projelerinin giderek artan bir şekilde; sürdürülebilir olmanın ve başarının anahtarı olarak görülmesinin etkisi vardır (Lichtenstein vd., 2004: s. 16).

KSS projesi gerçekleştirilecek konuyu seçerken dikkat edilmesi gereken hususlar;

- İş hedeflerinin desteklenmesi,
- Konunun toplum için önemi,
- Konu ile hükümetin ilgilenip ilgilenmediği,
- Konuya ilişkin hissedarların düşüncesi,
- Konunun çalışanları heyecanlandırıp heyecanlandırmadığı,
- Skandala dönüşecek potansiyeli barındırmaması,
- Benzer bir konunun rakipler tarafından benimsenmemiş olması şeklinde ifade edilebilir (Kotler ve Lee, 2013: s. 19).

KSS projelerinin öneminin artmasında; şeffaflığa duyulan ihtiyaç, bilginin artan önemi, sürdürülebilirlik, küreselleşme, kamu sektörünün başarısızlığı etkili olmuştur (Aktan ve Börü, 2007: ss. 28-29). KSS projelerinin öneminin artmasının sosyal boyutları değerlendirildiğinde üç önemli etkenden bahsedilebilir:

- Sosyal olmanın avantajlarının farkındalığının artması: Kâr amaçlı olmayan organizasyonlarla kurulan iyi ilişkilerin kurum itibarını olumlu etkiler, artan itibar kurumun pazar konumunu ve rekabet gücünü artırır.

- Sosyal sorumluluklara ilişkin artan talep: Kurumlar varlıklarını sürdürebilmek ve faaliyetlerine devam edebilmek için sosyal sorunlara sorumlu yaklaşıtlarını kanıtlamalıdır.

- Siyasi ve yasal düzenlemelerin artan baskısı: Kurumlar sosyal ajandalarını çalışan sağığı, çevresel konular, çocuk bakımı, emeklilik gibi konularla genişletmek zorunda kalmıştır. Bu üç etken kurumların dıştan gelen bir baskıya işaret etmektedir. KSS projelerinin dış paydaşlar tarafından yönlendirildiğı söylenebilir (De Gilder vd., 2005: ss. 143-144).

KSS projeleri “toplumsal amaçları desteklemek ve KSS yükümlölüklerini tamamlamak için bir kurum tarafından üstlenilmiş faaliyetler” olarak tanımlanabilir. Bu faaliyetler toplum sağığı, çevre, eğitim, güvenlik, çevre, istihdam, toplumsal ve ekonomik gelişim alanlarında yürütülebilir (Kotler ve Lee, 2013: s. 3).

Kurumlar içinde faaliyette bulunduğı toplumun yerel, ulusal ve küresel ölçekteki tüm birimleri ile ilişkidir. Kurumların topluma yönelik sosyal sorumlulukları, toplumun yaşam standartlarının düzeltilmesine ve iyileştirilmesine katkı sağlamak olarak belirtilebilir. Toplumsal değer oluşturma adına gerçekleştirilen KSS projeleri aşğıdaki ana başlıklar altında incelenebilir (Torlak, 2013: ss. 41-42):

- Açlık ve dengesiz beslenme,
- Yoksulluk ve gelir seviyesinin düşük olması,
- Engelliler ve engellilere ilişkin istihdam edilebilirlik,
- İşsizlik ve işsizliğin azaltılmasına yönelik faaliyetler,
- Eğitime ilişkin etkinlikler,
- Nüfus planlamasına yönelik uygulamalar,
- Şiddetin engellenmesine yönelik çalışmalar,
- Madde bağımlılığının azaltılması,

- Yaşlılara yönelik hizmetler,
- Ekolojik dengenin korunması ve çevre bilincinin artırılmasına yönelik faaliyetler.

Başlangıçta kurum yöneticilerinin hayırsever girişimlerine odaklı KSS projeleri, artık toplumun beklentilerine göre şekillenmektedir. Bu doğrultuda da KSS projeleri, toplumsal beklentileri karşılamak için çalışanların eğitiminin finansmanından, etik eğitim programlarının organizasyonuna, çevre dostu politikaların benimsenmesinden kültürel etkinliklerin finanse edilmesine kadar çok geniş bir yelpazede hızla gelişmektedir (Maignan ve Ferrell, 2000: s. 283). Toplumsal beklentileri karşılama odaklı KSS projelerinin temel hedefleri (CED Raporu, 1971: s. 13);

- Yoksulluğun giderilmesi ve sağlıklı yaşam koşullarının sağlanması,
- Cinsiyet, ırk gibi etkenlere bakılmaksızın her çalışanın kendini geliştirebileceği eşit iş olanaklarının oluşturulması,
- Üretkenliği sağlayacak eğitim olanakları,
- Daha yaşanabilir bir çevreye ulaşılması olmalıdır.

Bir KSS projesi gerçekleştirmek bazı cevaplanması gereken soruları da beraberinde getirmektedir. Bu sorular aşağıdaki şekilde sayılabilir (Kotler ve Lee, 2013: s. 20):

- KSS projesi, kendi esas işimizden uzaklaşmadan nasıl yapılabilir?
- Bu girişim, şirkete nasıl görünürlük kazandıracaktır?
- Harcanan para gerçekten işe yarıyor mu?
- Sorunun çözümsüz bir hale gelmesi durumunda izlenecek alternatif yollar nelerdir?
- Çalışanlara KSS projelerinde gönüllü olarak yer almaları için izin vermek kurumun verimliliğini ne ölçüde olumsuz etkiler?

Kurumlar KSS anlayışına uygun hareket ederek sürdürülebilirliklerini sağlamak üzere faaliyetlerinin bir parçası olan, faaliyetlerinden etkilenen ya da faaliyetlerini etkileyebilecek tüm çevre unsurları ile ortak çalışma mekanizmaları tesis etmelidir. Bu mekanizmaların temelinde şeffaflık ve dayanışma merkezli bir yaklaşım olmalıdır (Kopp ve Richter, 2007: s. 204). KSS projeleri vasıtasıyla rekabet avantajı sağlamak için kurumun ekonomik faydasıyla toplumsal faydayı yakınlaştırmak gerekir. Bunu gerçekleştirmenin yollarından birisi KSS projesi uygulanacak alanın doğru seçimini yaptıktan sonra projeye geniş tabanlı katılım sağlanmasıdır. Sorundan etkilenen veya etkileyebilecek her oluşumu, araştırma kurumlarını ve yerel aktörleri projeye dâhil etmek gereklidir (Porter, 2011: ss. 498-503). Kurumlar, KSS uygulamalarını gerçekleştirmeden önce kültürel entegrasyonu da dikkate almak zorundadır. Küresel paradigmlar çerçevesinde daha da ehemmiyet kazanan bu yaklaşım, uygulanacak her KSS projesinde yerel kültürel unsurları göz önünde bulundurmanın önemine işaret eder (Jackson, 2007: s. 230-234).

Bir kurum, sosyal sorumluluk projesine başlamadan önce aşağıda belirtilen prensiplere dikkat etmelidir:

- Toplumsal beklentiler iyi değerlendirilmeli; ekonomik, sosyal ve politik destek alınabilecek konular seçilmelidir.
- Faaliyet gösterilen iş alanına yakın konularla ilgilenilmeli ve odaklanılmalıdır.
- Konunun kriz seviyesine erişmesi beklenilmemelidir.
- Söylemler, eylemlerle desteklenmelidir.
- KSS projesine ilişkin bilgiler ilgilileriyle net bir şekilde paylaşılmalıdır.
- Değişimin zaman, sabır ve işbirliği gerektiği kabul edilmelidir (Kotler ve Lee, 2013: s. 220).

Bir KSS projesi gerçekleştirmek iyi bir durum analizi yapılmasını gerektirir. Yapılan durum analizi sonucunda elde edilen veriler ışığında KSS projesi uygulanmalıdır. Bu uygulama esnasında aşağıda belirtilen ilkelere önem verilmelidir:

- Toplumun duyarlılıklarının kapsama alanında ve değerleri ile ilişkili olmalıdır. Hassasiyetler mahallî ve zamansal olarak değişim gösterebilir. Bazen sağlık, bazen nüfus yoğunluğu bazen de deprem, sel gibi felaketlere karşı duyarlılıklar söz konusudur.

- STK'lar ile işbirliğine gidilmelidir.

- Gerçekçi bir planlama yapılmalıdır. Bu kapsamda sahip olunan kaynaklar ile ulaşılabilecek hedefler doğru tespit edilmelidir.

- KSS projeleri yöneticiler tarafından ilave iş yükü olarak değil, asli bir iş olarak görülmelidir.

- Toplumsal duygular suiistimal edilmemeli, maddi kazanç elde etmek için kullanılmamalıdır.

- Belirli aralıklar ve kriterlere göre performans değerlendirmesi yapılmalıdır.

- Kurum çalışanları aktif rol oynamalıdır. KSS projelerinin başarısındaki temel etkenlerden bir tanesi, kurum çalışanlarının o projeye ne oranda dâhil edildikleri ile ilgilidir. Kurum çalışanlarının projeyi sahiplenmeleri toplum nezdinde de projenin sahiplenilmesini sağlayacaktır (Özgen, 2013: ss. 115-116).

Ural'a göre bir KSS projesinin aşağıdaki kriterleri sağlaması gerekmektedir:

- Sürdürülebilirlik: kurumların sosyal sorumluluk yaklaşımlarının merkezinde yer alması gereken bir konudur. Bir başka ifadeyle kurumların KSS projelerinin sürdürülebilir kalkınmaya destek olması önem taşımaktadır.

- Süreklilik: Bir defalık yapılan KSS projelerinin toplumun sorunlarına etkili çözüm olamayacağı açıktır. KSS projelerinin göz boyama olarak algılanmaması için sürekliliğinin sağlanması, projenin etkinliği ve inanılrlığı bakımından önem taşımaktadır.

- Gönüllük ve Ticari Amaç Gütmeyen Faaliyetler: KSS projelerinin etkinlik koşullarından biriside gönüllülüktür. Yürütülen projelerde ticari bir getiri beklenmesi projelerin etkinliğini ve inanılrlığını olumsuz olarak etkileyecektir.

- Samimiyet: Yapılan projenin toplumun yararı düşünülerek gerçekleştirilmesi ve bu hedefine ulaşması gerekmektedir. Ayrıca oluşan değerin toplumun geniş kesimlerine yansması sağlanmalıdır.

- Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik: Projelere ilişkin bilgilerin şeffaflık ve hesap verebilirlik gereği toplumla paylaşılması projelere yönelik şüpheyi de ortadan kaldıracaktır.

- Yönetimin İnancı ve Çalışanların Katılımı: Çalışanların inançlı katılımı olmayan bir KSS projesinin başarıya ulaşması söz konusu değildir. Bu nedenle yöneticilerin sahiplendiği bir projeye, çalışanların kişisel katılımı verilecek teşviklerle sağlanmalıdır.

- Kurumun Misyon, Vizyon ve Temel Değerleriyle Tutarlılık; KSS projeleri kurum kimliğinin bir parçası olduğu için, kurumun misyon vizyon ve değerleriyle uyumlu olmalıdır.

- Gönüllü Kuruluşlarla İşbirliği: Kurumların yürüteceği KSS projeleri kapsamında, saygın gönüllü kuruluşlarla işbirliğine gidilmesi toplumsal katkının etkinliğini arttırmaktadır. Kurumların yönetim becerisi ve kaynakları KSS projeleri vasıtasıyla, konusunda uzmanlaşmış gönüllü kuruluş deneyimleri ile birleştirildiğinde topluma kazandırılan değerin etkinliği artmaktadır (2012: ss. 221-226).

Kurumlar, toplumsal beklenti ve ihtiyaçları KSS projeleri vasıtasıyla karşılamalıdır. Kurumlar bu projeleri gerçekleştirirken, kurum içi ve dışındaki paydaşları ile dinamik ilişkiler kurabileceği ve bu doğrultuda çevreye uyum sağlayabilecekleri iletişim kanallarını oluşturmali ve idame etmelidir (Becan, 2011: s. 26). KSS projelerini yerine getirilirken paydaşların ve kurumun hedeflerinin dengelenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, öncelikle paydaş hassasiyetleri ve kurumun hedefleri ortaya konulmalı, boşlukta kalan konular varsa aydınlatılmalıdır. Müteakiben her iki

hususunda da dengeleyecek hareket tarzları saptanmalıdır. Söz konusu hareket tarzları belirlenirken KSS uygun bir zemin oluşturmaktadır. Tüm taraflar arasında şeffaf bir iletişimin olması KSS projesinin başarısı için çok önemlidir (Ghobadian vd., 2015: s. 285).

KSS projelerini gerçekleştirmenin, hayırseverlik de dâhil olmak üzere sorun ilişkili pazarlama, çevresel duyarlılık, çalışanlara yönelik uygulamalar gibi birçok formları vardır. Hangi formda olursa olsun, KSS çabaları genellikle hayatta kalmak için toplumun ihtiyaçlarına duyarlı bir şirketin görüntüsü vermeyle bağlantılıdır (Ellen vd., 2006: s. 148)

Kurumların, sosyal sorumluluk projelerini yerine getirirken izleyebileceği yollar altı değişik kategoride sınıflandırılabilir. Bazı KSS projeleri bu kategorilerden birini bünyesinde barındırırken, bazı KSS projeleri ise birden fazla kategoriye ihtiva edebilir. Bunlar (Kotler ve Lee, 2013: ss. 23-25; Torlak, 2013: ss. 37-38);

- Sosyal Amaç Teşvikleri: Toplumsal bir soruna yönelik farkındalığı artırmak ve/veya bu sorunun çözümüne destek verilmesini sağlamak üzere fon, mal ve hizmet katkıları sağlamaktır.

- Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama: Ürün satışlarına dayalı gelirlerin belli bir yüzdesini belli bir amaç uğruna harcamaktır.

- Kurumsal Sosyal Pazarlama: Halk sağlığını, güvenliğini, çevre ya da toplum refahını iyileştirme maksadıyla toplumda bir davranış değişikliği meydana getirilmesi için kampanya başlatmak ya da bir kampanyaya destek vermektir.

- Kurumsal Hayırseverlik: Bir derneğe ya da sosyal amaca, çoğunlukla nakit bağışlar, hibeler ve/veya aynı hizmetler şeklinde doğrudan katkıda bulunmaktır. En geleneksel olan yöntemdir.

- Toplum Gönüllülüğü: Bir kurumun, çalışanlarını, perakende ortaklarını ve/veya acenta üyelerini, yerel toplum örgütlerini ve sosyal bir amacı desteklemek üzere doğrudan kullanmasıdır.

- Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları: Bir kurumun, toplumun refahını iyileştirmek ve çevreyi korumak üzere sosyal bir amacı destekleyen yatırımları ve iş uygulamalarını benimsemesi ve yürütmesidir.

Tablo 2.1. Sosyal Sorumluluk Projesi Gerçekleştirme Çeşitleri

Sıra	KSS Projesi Gerçekleştirme Kategorisi	Çalışan Katılımı
1	Sosyal Amaç Teşvikleri	Evet
2	Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama	Hayır
3	Kurumsal Sosyal Pazarlama	Evet
4	Kurumsal Hayırseverlik	Hayır
5	Toplum Gönüllülüğü	Evet
6	Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları	Hayır

Kaynak: Kotler ve Lee, 2013: ss. 66-154.

Bir başka sınıflandırmaya göre KSS projeleri iki farklı şekilde gerçekleştirilebilir. Bunlardan, ilki örtülü KSS, ikincisi ise açık KSS projeleridir. Örtülü KSS projelerinin altında kurumun normları, değerleri ve kuralları vardır. Bu projeler, geleneksel insan kaynakları sistemleri ve performans yönetimi uygulamaları şeklinde kurum içerisinde görülür. Açık KSS projeleri, toplumsal sorunların izalesi yönünde yapılan ihtiyari projeleri içermektedir. Bu projeler, hayır kurumlarına yapılan bağışları, etik kurallar ve davranış kodlarına uyumlu toplumsal ilişkiler tesis etmeyi, çevresel girişimleri ve çalışanların katıldığı gönüllü programları içerebilir (West vd., 2015: s. 297).

Kurumlar, alanında uzmanlaşmış STK'lar ile işbirliğine giderek de KSS projeleri gerçekleştirilebilir. KSS projelerinin toplumun dikkatini daha fazla çekmesi ve geniş halk kesimlerinin KSS projesine katılımı istendiğinde STK'lar ile işbirliğine gidilmesi başarıya ulaşma şansını arttırmaktadır (Bayraktar, 2014: s. 42). Alanında uzmanlaşmış bir STK'ya bağış yapmanın toplumsal bir sorunun izalesinde bazı üstünlükleri vardır.

- En İyi Alıcıyı Seçmek: STK'lar sorundan zarar görenleri veya sorunun muhataplarını tanımada daha üstündürler.

- Diğer STK'ların Dikkatini Çekmek: STK'lar sorunla ilgili diğer STK'ları da organize etmek kapasitesine sahiptirler.
- Performans Takibi: Sorunla ilgilenen kişi veya kurumların uzun dönem takibini sağlarlar.
- Bilgi ve Uygulama Geliştirmek: Spesifik bir konu da uzman oldukları için sorunun izalesinde bilgi birikimi meydana getirmişlerdir (Porter, 2011: ss. 476-478).

KSS konusunda uluslararası raporlar hazırlayan Cone Communication Halkla İlişkiler ve Pazarlama Ajansı'nın 2015 yılının KSS eğilimleri raporunda; çevre kirliliğini azaltmaya, geri-dönüşüme, çalışanlara, temiz su ve yiyecek yokluğuna ilişkin çalışmalarda yoğunluk gözlemlendiği belirtilmiştir (www.conecomm.com, Erişim Tarihi: 06.01.2016). Şaşırtıcı olmayacak bir şekilde, doğal çevre üzerine doğrudan etkisi olan şirketler için çevreye katkıda bulunan projeler daha popülerdir (Kotler ve Lee, 2013: s. 183). Kurumların toplumsal bağlamda en fazla KSS projesi gerçekleştirdiği alanlardan biri eğitimidir. Eğitime yönelik ihtiyaç az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde daha fazladır. Kurumlar, eğitim kurumları açarak ya da bu kurumlara destek olarak, eğitim kurumlarıyla birlikte toplumu ilgilendiren farklı konularda eğitimler düzenleyerek eğitim alanında ki sosyal sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmaktadırlar (Torlak, 2013: s. 42).

2.2. Çalışanların KSS Projelerine Katılımının Önemi

Kurumlar toplumsal beklentileri karşılarken toplumun refah ve yaşam kalitesini artıran faaliyetlerde bulunmalı, gerektiğinde toplumsal sorunları izale etmek üzere çalışanları da dâhil olmak üzere kendi kaynaklarını tahsis etmelidirler (Korkmaz, 2009: s. 6). Günümüzde KSS kavramını kurumların paydaşlarına gönderme yapmadan ele almak imkânsızdır. Paydaşlar kurumun faaliyetlerinden etkilenirler ya da bu faaliyetleri etkileyebilen girdiler sağlarlar. Paydaşlar arasında en önemlilerinden biri çalışanlardır. Bu nedenle KSS projelerini paydaşlara etkileri bağlamında ele almak bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır (Rodrigo ve Arenas, 2008: ss. 265-266).

Kurumların toplumun bir parçası olmasının ve toplumsal sorunlara eğildiklerini göstermelerinin yeni yollarından biri çalışanların gönüllü olarak KSS projelerine katılmasıdır. Bunun en geleneksel uygulaması kâr amacı gütmeyen faaliyetler için çalışanın zamanının bağışlanmasıdır. Bunun sonucu olarak gönüllülük, iş dışında gerçekleştirilen bir etkinliktir. Ancak bazı kurumlar, sosyal hedeflere katkıda bulunmak adına, gönüllü olan çalışanlarına teşviklerde verir. Çalışanlar, mahalle okullarında eğitim verebilir ya da toplum güvenliği programlarının gelişimine katkıda bulunabilir (De Gilder vd., 2005: s. 143- 144).

Günümüzde çalışanlar kurumlarının ilgi gösterecekleri hayırseverlik konularına karar veren mekanizmalara katılmaya daha isteklidirler (Kotler ve Lee, 2013: s. 142). Çalışanların katılımı olmadan herhangi bir KSS projesinin başarısından bahsetmek pek mümkün olmayacaktır. En başta kurum yönetiminin sahip çıktığı bir projeye, çalışanların da kişisel katılımı bu bağlamda sağlanmalı ve bu sayede kurum topluma daha yakınlaşmalı ve toplumun beklentilerinin daha iyi anlaşılması sağlanmalıdır (Özgen, 2007: s. 6). Kurum çalışanlarının KSS projelerine inanarak katılım sağlaması o projenin başarıya ulaşma şartlarından biridir (Ural, 2012: ss. 225-226). Kurum çalışanlarının projeyi sahiplenmeleri toplum nezdinde de projenin sahiplenilmesini sağlayacaktır (Özgen, 2013: ss. 115-116).

KSS anlayışı içerisinde her kurum, hedeflerini gerçekleştirme ve insani değerlerin geliştirilmesini birleştirmek zorundadır. Bunu yapmak için her kurum değer merkezli yönetim anlayışına dayanan farklı yollar geliştirmiştir. Bu farklı yolların tamamı insan haklarına saygıyı, çalışanların ve toplumun ihtiyaçlarına cevap vermeyi içermek zorundadır (Kopp ve Richter, 2007: s. 201). Kurumların toplumsal, politik, bilimsel ve teknolojik anlamda diğer sosyal yapıları etkileme potansiyelinin artması; çalışanların motive edilme ihtiyacı gibi konularda kurumlardan daha çok çaba beklenmesine neden olmuştur (Şimşek vd., 2014: s. 364).

KSS projelerini gerçekleştirme yollarından her birinin, çalışanlar üzerinde farklı etkiye neden olacak avantaj ve dezavantajları vardır. Ancak yine de bir KSS projesi gerçekleştirilirken dikkat edilmesi gereken temel bazı hususlardan söz edilebilir. Bunlar (Bhattacharya vd., 2008: ss. 38-44);

- Çalışanları mümkün olduğunca KSS projelerine yakınlaştırmak: Kurum, çalışanlarının ilgisini çekebilecek projelere destek veriyor olabilir. Ancak çalışanların bu projelerden haberdar olmaması KSS projesinin getirisini azaltır. Çalışanlar gerçekleştirilen KSS projeleri hakkında, bilgi kirliliğine yol açmayacak şekilde kurum içi intranet gibi iletişim vasıtalarıyla bilgilendirilmelidir.

- Çalışanların İhtiyaçlarına KSS Projeleriyle Cevap Vermek: İhtiyaçlar çok çeşitli olmakla beraber, KSS projelerinin belirleyici olabileceği dört temel ihtiyacın olduğu söylenebilir;

1. Çalışanın kendini gerçekleştirmesi; Bu noktada çalışanların günlük iş rutinlerinin dışındaki KSS projelerinde görev almasının sağlanması çok önemlidir. Bunun bir faydası, çalışanların topluma karşı sorumluluklarının yerine getirmesi sayesinde yaşayacağı duygusal tatmin sağlaması, bir diğer faydası da günlük iş rutinlerinde kullanabilecekleri ilave meziyetler kazanmalarındır. Örneğin, Green Mountain Coffee Roasters Inc. çalışanlarını kahve tarlalarının iyileştirilmesi temalı bir KSS projesinde görevlendirmiştir. Çalışanlar duydukları manevi tatminin yanı sıra günlük iş rutinlerinde de kullanabilecekleri bilgiler edinmişlerdir.

2. İş-Özel Hayat Bütünleşmesi: Kurumlar, KSS projelerini gerçekleştirirken çalışanların özel, aile hayatlarını da dikkate almalıdırlar. KSS projesi olarak çalışanlarının çocukları için bir okul yapımını üstelenen kurum söz konusu bütünleşmeye elde edebilir.

3. Kurum ile Çalışan Arasında Köprüler Kurması: Kurum ne kadar büyük bir coğrafyaya yayılmış olursa olsun, kurumun kendi değerlerini taşıdığını gören çalışanın kuruma duyduğu bağ güçlenir.

4. Kuruma İtibar Kalkanı Sağlaması: Kurumun KSS projeleriyle topluma değer kazandırması, toplum nezdinde itibar kazanmasına neden olur. Bu kazanılan itibar sayesinde çalışan, kurumuna yönelik eleştiriler olması durumunda daha kolay savunucu bir tutum sergileyebilir.

- Kss Algıları Arasındaki Farkın Azaltılması: Yöneticiler ve çalışanlar arasında KSS projelerine verilen önem ve getirilerinin algılanması anlamında farklar vardır. KSS projeleri gerçekleştirirken bu farklar minimize edilmeye çalışılmalıdır.

KSS projelerine katılım cinsiyet, gelir, yaş, dini inanç gibi çok çeşitli kişisel özelliklere bağlıdır. Ancak KSS projesinin başarıya ulaşması adına dikkat edilmesi gereken motivasyonlardan söz edilebilir. Bu motivasyonlar bağlamında da KSS projesinin başarılı bir şekilde yürütülmesi adına takip edilecek stratejiler de değişecektir (Peterson, 2004: ss. 374-376).

Tablo 2.2. Motivasyon Temelli Toplum Gönüllülüğü KSS Projesi Geliştirme Stratejileri

Sıra	Motivasyon	Strateji
1	Alturizm - Toplum faydalı olma ve katkı sağlama	Toplumdaki ihtiyaçlar ve gönüllük fırsatları hakkında bilgilendirme
2	Sosyal ilişkiler - Yeni arkadaşlar edinme, diğerleri ile iletişime geçme	Projeler kapsamında gruplar kurma
3	İdeolojik - Bir sorun aşırı önemli görülmesi (AIDS gibi)	Spesifik bir konuda çalışana kaynak ve destek vermek
4	Ödül - Takdir edilme ihtiyacı	Çalışanı kurum nezdinde ödüllendirme ve takdir etme
5	Materyalist Yaklaşım - Maddi kazanç isteği	Çalışanı maddi olarak ödüllendirme
6	Zaman - Gönüllü projelere zaman ayıramama	Çalışma saatleri içerisinde çalışana imkân tanıma

Kaynak: Peterson, 2004: s. 374.

Çalışanların örnek teşkil eden gönüllülüklerini kurumun bilgi paylaşım vasıtalarıyla yaymak, onları bu davranışlarından dolayı ödüllendirmek, daha açık bir ifadeyle hem takdir edilmelerini sağlamak hem de bizzat kurum tarafından takdir etmek; çalışanların KSS projesine katılımdan alacakları tatmini daha da artırır (Kotler ve Lee, 2013: s. 173). Kurumlar çalışanlarının katılacağı KSS projelerini geliştirirken dikkatli davranmalıdır. Çalışanların KSS projelerinde gösterdikleri performans, olumlu bir değerlendirme olarak iş performanslarına eklenebilir. Çalışana katıldığı KSS projesine yönelik ödül verilebilir. Hatta çalışan, kendi seçeceği bir konuda finanse edilebilir (Kim vd., 2010: s. 566).

Toplum gönüllülüğü, KSS projelerine çalışan katılımının sağlandığı, hatta KSS projesinin bu kaynak üzerine kurulduğu kategoridir. Bu itibarla diğer kategorilerden ayrılır. Kotler ve Lee'ye göre toplum gönüllülüğü; kurumun çalışanlarını, gönüllü olarak sosyal amaçları desteklemek üzere zamanlarını bağışlamaları için desteklediği ve teşvik ettiği bir girişimdir. Kurumun buradaki rolü; işten ücretli izin vermeyi, çalışanlara ilgilenecekleri fırsatları bulmalarında yardımcı olmayı, özel sosyal amaçları desteklemek için ekipler düzenlemeyi gerektirebilir. Toplum gönüllülüğü kapsamında KSS projelerini tespit ederken dikkat edilmesi gereken en önemli husus, gerçekleştirilmesi düşünülen projenin, çalışanların özel ilgilerini ve mevcut toplum ihtiyaçlarını bir arada karşılayan bir konu da olmasıdır (2013: s. 171-173).

2.3. Örgütsel Yabancılaşmanın Nedenleri

Tarihsel gelişim süreci içerisinde kültürel ve sosyal paylaşım giderek azalmış, bunların yerine maddiyat temelli paylaşımlar ikame edilmiştir. Değişim insanlığın gelişim serüveni içerisinde gayet doğal bir kavram olsa da, bazı değişimler insan üzerinde olumsuz etkiler bırakabilmektedir. Bahsedilen paylaşımların değişimi de neticesi itibarıyla, insanları kendilerine ve sosyal çevrelerine yabancılaştırmakta, anlam kaybı yaşamasına yol açmakta, gittikçe içine kapanmasına ve yalnızlaşmasına neden olmaktadır. Söz edilen değişikliklerden en önemli unsuru insan olması sebebiyle doğal olarak örgütler de etkilenmektedir. Örgütler, sistem yaklaşımı çerçevesinde kendilerini değişen çevre koşullarına uydurmak ve yönetim şekillerini de bu şartlara uygun şekilde geliştirmek zorundadır. Kendi içerisinde ve çevresiyle uyum içerisinde varlığını sürdürmek istiyorsa bu gelişim kaçınılmazdır. Dolayısıyla örgütteki uyum, yabancılaşmanın yönetilmesiyle doğrudan ilgilidir (Durcan, 2007: ss. 7-9).

Tekin'e göre örgütsel yabancılaşmaya neden olduğu düşünülen faktörleri aşağıdaki başlıklar halinde ifade edilebilir. Bunlar;

- Yönetim biçimi: İş bölümü ve uzmanlaşmanın artması,
- Bilgi akışı: Örgütteki tüm insanları kapsayan sağlık bilgi transferinin olmaması,

- Örgüt büyüklüğü ve teknolojik yapı: Dikey kademelerin artması nedeniyle monotonluk, iletişim sorunu ve işin tamamına hâkim olamama sorunlarının yaşanması,
- Üretim biçimi ve işbölümü: Otomasyon, seri ve bant sistemine dayalı üretim etkileri,
- Çalışma koşulları: Çalışan için uygun sosyal, psikolojik ve fiziksel koşulların sağlanamaması,
- Kültürel, ahlaki ve törel yapı: Toplumsal değerler ile örgütün değerlerinin uyuşmaması,
- İnanç ve tutumlar: Örgütün çalışanlar arasındaki farklı inanç ve tutumları yönetememesidir (2012: ss. 53-59).

Bayındır, örgütsel yabancılaşmanın nedenlerini aşağıdaki şekilde ifade etmektedir. Bunlar:

- Sanayileşmeye paralel olarak yaşanan hızlı şehirleşmenin insan üzerinde yarattığı baskı, çevre kirliliğinin yol açtığı tahribat, teknolojideki hızlı gelişmeler gibi özelliklerden oluşan çağımız özellikleri,
- İnsanların oturdukları veya çalıştıkları yere bağlı olarak karşılaştıkları güçlükler (işin eve uzak olması ve buna bağlı olarak işe geliş ve gidişlerin yarattığı stres vb.), oturulan yerdeki kültürel yapı, ailenin yapısı, sağlık sorunlarından oluşan günlük yaşam koşulları,
- Çalışılan şirketteki sert bürokratik yapı, görevin mahiyeti veya iş bölümü, yönetici ve diğer çalışanlarla ilişkiler, iş yerinin fiziksel yapısı (gürültü, ısınma sorunları vb.) kazanılan paranın miktarı gibi çalışılan kurumun niteliği,
- Sabit bir işte çalışma, çalışma zamanı ve süresi, aşırı iş yükü, sevilmeyen bir işi yapma, kararlara katılamama, yönetime öneriler götürememe, işin sonuçlarını denetleyememe gibi etmenlerden oluşan yapılan işin niteliği,

- İnsanın iş hayatından ve toplumsal yaşamdan beklentileri, fiziksel ve psikolojik yapısı, yaşam algısı ve yaşama bakış açısı, sosyal ve iletişim becerileri, toplumsal ve mesleki doyum anlayışı, gereksinmelerini karşılayamaması gibi hususları ihtiva eden kişisel özellikleridir (2002: 9-10).

Büyükyılmaz'a göre, ÖY boyutları üzerinde etkili olan nedenler aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

- Örgütsel yabancılaşmanın güçsüzlük boyutunun ortaya çıkmasında önemli olan nedenler; teknolojik yapı, sanayileşme, işbölümü ve çalışma koşullarıdır.

- Anlamsızlık ve kuralsızlık boyutları üzerinde; teknolojik yapı, toplumsal ve kültürel değerler etkili olmaktadır.

- Tecrit boyutunun görülmesinde; işbölümü, inanç, tutum, değerler ve sanayileşme rol oynamaktadır.

- Kendinden uzaklaşma boyutu ise; teknolojik yapı, cinsiyet, eğitim durumu, şirket içi görevin özellikleri, işbölümü ve inanç, tutum, değerler gibi nedenlerle ilişkilidir.

Kişisel ve toplumsal boyutları olan örgütsel yabancılaşmanın birçok nedeninden bahsedilebilir. Bunların bir kısmı örgütsel bir kısmı da çevresel nedenlerdir. Çevresel nedenler: Ekonomik, teknolojik, toplumsal ve kültürel yapılar, sanayileşme, kentleşme ve sosyal çözülme, politik ve hukuki yapılar olarak ifade edilebilir. Örgütsel etmenler ise;

- Yönetim tarzı,
- Örgüt Büyüklüğü; Denetim alanı, Yetki devri, Uzman personel, Merkezileşme,
- Bilgi akışı,
- Üretim biçimi ve şekli,
- İş bölümü,

- Gürültü, çalışma temposu, izole edilme, çalışma saatleri, sabit bir yerde çalışma zorunluluğu gibi çalışma koşullarıdır (Şimşek vd., 2014: ss. 258-259).

Ancak ÖY üzerinde sadece tek bir nedenin belirleyici olmadığı, örgütsel yabancılaşmanın boyutlarının bütün nedenlerin bir bileşimi olarak meydana geldiği söylenebilir (2007: s. 141).

Özellikle sanayi şirketlerinde çalışma koşulları çalışanların yabancılaşmasında daha etkilidir. Çalışanın yabancılaşmasına neden olan koşulları (Yeniçeri, 2009: s. 154);

- Gürültü,
- İzole edilme,
- Monotonluk,
- Sabit yerde durma,
- Yüksek çalışma ritmi olarak belirtebiliriz.

İşyerindeki üretimin şeklinin de çalışan üzerinde çeşitli olumsuz etkileri vardır. Bunlar (Erikson, 1986: ss. 1-8);

- Otomasyon, makine ile tam olarak bütünleşmeyi gerekli kılar.
- Üretim hattı insanın denetimi dışındadır. İnsan üretime yetişmek zorundadır. Bu nedenle insan, makineyi kendi üstünde bir güç olarak algılar.
- Otomasyon sonucunda insan giderek düşünme yetisini kaybeder.
- Otomasyon, makineye bağımlılık oluşturur, insanın makinesiz bir işe yaramayacağını düşünmesine, buna bağlı olarak da insanın kendini değersiz hissetmesine neden olur.
- Otomasyon işyerindeki monotonluğu artırır.
- Otomasyon beraberinde aşırın denetim getirir.

İşyerindeki olumsuz çalışma şartlarından çalışanın yabancılaşması üzerinde etkili olan bir diğer etkende işin icra şeklidir. Sabit bir işte ve yerde uzun süre çalışma zorunluluğu, gürültü, aşırı çalışma temposu gibi olumsuz çalışma şartları, çalışanların üzerinde güçsüzlük, kendinden uzaklaşma ve kuralsızlık boyutlarında daha fazla örgütsel yabancılaşmaya sebebiyet vermektedir (Kohn, 1976: ss. 120-121).

Çalışanların yabancılaşmalarında önemli etkenlerden birisi de işyerinin toplumsal değerleri taşınamamasıdır. Bu değer eksikliği işyerinin yapısal ve kültürel iklimini de etkilemektedir. Bununla birlikte şirket içi organizasyon yapısı, çalışanlar arasındaki iletişimin derecesi, çalışanlara kendilerini özgürce ifade edebilecekleri olanakların sağlanması, baskıcı yönetim şekli, yetki devri gibi hususlar çalışanların yabancılaşmasında etkili olmaktadır (Madlock, 2012: ss. 384-386).

Çalışanın örgüt içerisinde yaşamış olduğu olayların ve geçirdiği deneyimlerin de çalışanın yabancılaşması üzerinde etkisi vardır. Bu yaşanan deneyimlerin ve geçirdiği tecrübelerin olumsuz nitelikte olması örgütsel yabancılaşmanın artmasına neden olur (Kılıç, 2010: s. 54).

Örgütsel yabancılaşmanın nedenlerinden biri de, kendini söz konusu örgüte ya da örgüt içerisinde bir gruba ait hissetmemektir. Bu durumun iki farklı etkisi görülmektedir. Birincisinde, insan örgüt üyeleri tarafından dışlandığını düşünmektedir. İkincisinde ise kişi kendisi örgüt üyeleriyle bütünleşmeyi reddetmekte ve örgüt bireylerini dışlamaktadır (Taviss, 1969: s. 47-48).

Pearlin'e göre, çalışanlar arasındaki katı ast-üst ilişkileri, işlevsel ilişkilerinin çalışanlar arası etkileşime olanak tanımaması, çalışanın yaratıcılığını sınırlandırması, yüz yüze iletişim olanaklarının azlığı ve bireysel başarılarla hiyerarşide yükselme olanaklarını kısıtlılığı güçsüzlük duygusunu artıran, dolayısıyla yabancılaşmaya yol açan bir etken olarak ortaya çıkmaktadır (1962: ss. 324-325).

Organizasyonların yapısı da yabancılaşma düzeyinde etkin rol oynamaktadır. Organizasyon büyüklüğü ve kuruluş organizasyonu kişinin yönetime katılabilme seviyesini ve kişi üzerindeki kontrolün derecesini daha açık bir ifadeyle kişinin kendi

işini kendi kararları doğrultusunda yapabilme derecesini etkiler. Bununla birlikte organizasyon yapısı içerisinde çalışanın danışabileceği ve destek alabileceği bir yapılanmaya gidilmemesi de yabancılaşmanın artmasına neden olur (Miller, 1967: ss. 759-761).

Yabancılaşma hissinin artmasında örgüt tipinin önemli bir etkisi vardır. Özellikle bürokratik örgüt tiplerinde merkezileşme, resmileşme, profesyonelleşme, resmi iletişim, yoğun denetim nedeniyle yabancılaşma daha fazla hissedilmektedir (Aiken ve Hage, 1970: ss. 502-506).

ÖY en temel olarak örgütlenme tarzının bir sonucudur. Daha açık bir ifadeyle, sadece kâr elde etme anlayışına sahip üretim yapılanmaları; insanın özgürce üretim özgürlüğünü metaya yansıtmaktadır. İnsan emeğiyle ürettiği nesne kendine karşı bir baskı unsuru haline gelmektedir. Bu baskı zaman içerisinde insanda güzel olan ne varsa yok eden bir sömürü düzenini almaktadır (Mandel ve Novack, 1975: s. 25).

Teknolojik gelişmeler neticesinde organizasyon yapılarının değişmesi ve bu bağlamda profesyonelleşmenin artarak aşırı işbölümüne gidilmesi neticesinde çalışan büyük bir yapı içerisinde neyi niçin yaptığını anlamlandıramamakta, yaptığı için şirket için önemini kavrayamamaktadır. Söz konusu durum işin monotonluğuyla da birleşince; amaçsız ve monoton bir şekilde yapılan bir iş, çalışan için tüm anlamını yitirebilmektedir (Shepard, 1973: ss. 65-66). Teknolojik gelişme insanın özerkliğini yaşama geçirmeye yardım edeceğine insan üzerinde kendi tahakkümünü kurmuştur. İnsan tarafından yaratılmış olmasına rağmen teknolojik gelişme, insanın yönetiminin çıkarak insanı yönetmeye başlamış, bizzat kendi kurallarını uygulamaya başlamıştır. İnsanın üzerinde teknolojik ilerlemenin kurduğu bu tahakküm giderek insanı daha çok emeğine ve kendine yabancılaştırmıştır (Pappenheim, 2002: s. 33). Bir işyerinin teknolojik düzeyindeki artış ilk başlarda örgütsel yabancılaşmayı artırıcı etki yapar. Teknolojik seviye arttıkça çalışanlar makineleşir, teknoloji insanların yaratıcılığını alır ve çalışanların yerine düşünmeye başlar. Ancak teknolojik seviyenin artışı bir noktadan sonra nitelikli çalışanlara ve yaratıcılığa duyulan ihtiyacı tekrar geri getirir. Yüksek teknolojiye dayanan üretimler sadece nitelikli ve yaratıcı çalışanlar ile yapılabilir. Denilebilir ki; teknoloji seviyesindeki artış bir noktaya kadar

yabancılaşmayı artırır, yüksek teknolojiye geçişle birlikte yabancılaşma tekrar azalmaya başlar (Yeniçeri, 2009: s. 168).

Çalışanların güçsüzlüğünü etkileyen nedenlerden biri de yaptıkları iş neticesinde elde ettikleri maddi kazançtır. Çünkü çalışanın gelirinin azalması iş yeri dışındaki hayatını da etkilemekte, hayata dair beklentilerini elde edememesine neden olmaktadır (Rushing, 1970: ss. 168-170).

Çalışanın işyeri ortamından kendisini soyutlamasında etkili olan örgütsel faktörler; örgüt yapısına bağlı olarak çalışan üzerindeki kontrol derecesi, işyerindeki diğer çalışanlarla ilişkiler ve çalışana verilen danışmanlık desteği olarak belirtilebilir. Kontrol seviyesinin yüksek seviyede olması, çalışanlar arasındaki ilişkilerin kötü bir seyir izlemesi ve çalışana işiyle ilişkin destek verilmemesi durumunda çalışan kendini tecrit seviyesi artmaktadır (Miller, 1975: ss. 268-269).

2.4. Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerine Katılımının Örgütsel Yabancılaşma Mücadelede Bir Mekanizma Olarak Kullanılabilirliği

Sanayi devrimi ve teknolojik gelişmelerle artan aşırı üretkenlik, yaşanan siyasi dönüşümler, ucuz iş gücü bulma adına küresel şirketlerin gelişmemiş ülkelerde oluşturdukları kötü çalışma ortamları; KSS anlayışının önemini artırmış ve kurumlar tarafından benimsenmesini bir zorunluluk haline getirmiştir (Keskin, 2010: ss. 22-23). Benzer şekilde sanayi devrimi ve sonrasındaki gelişmeler, çalışanların emek ve üretim koşullarından yabancılaşmasını ve neticesinde toplumsal varoluşun tüm düzeylerinde daha da yaygınlaşan farklı yabancılaşma boyutlarını var etmiştir. Günümüzde yabancılaşma o kadar yoğunlaşmıştır ki, adeta bir virüs gibi toplumun tüm organizmalarına yayılmıştır (Mandel ve Novack, 1975: s. 12). Sanayi devrimi ve sonrasındaki gelişmelerin meydana getirdiği koşullar, sadece daha çok kâr elde anlayışıyla birleşince kaçınılmaz olarak çalışanların sosyal koşullarının kötüleşmesi ve yabancılaşmasıyla sonuçlanmıştır (Mandel ve Novack, 1975: ss. 69-70).

Yüksek teknoloji gerektirmeyen niteliksiz ürünlerin imal edildiği, vasıflı insan gücüne ihtiyaç duyulmadığı dönemlerde insanın önemi kurumlarda yeterli ölçüde kavranamamış ve bundan dolayı da insan diğer üretim faktörlerinden farklı görülmemiştir. Ancak teknolojinin gelişimi ile yönetim biliminin de gelişmesi ve

“kaliteli ürünler, ancak çalışanın mutlu olduğu çalışma koşullarında üretilebilir” düşüncesinin hâkim olması insana verilen önemi de arttırmıştır. Bunun göstergesi ise, insanların sosyal ihtiyaçlarının araştırılması ve bu ihtiyaçların tatmin edilmeye çalışılmasıdır (Hasanov, 2010: ss. 27-28).

Özel sektörün devlet kurumlarına nazaran eriştikleri güç, karşılaşılan toplumsal sorunların çeşitlenmesine ve buna paralel olarak toplumsal beklentilerin artmasına neden olmuştur. KSS üzerine yapılan çalışmalarda bu doğrultuda geleneksel ekonomik kurum temelli kaygılardan uzaklaşarak çeşitlilik göstermeye başlamıştır. Günümüzde, örgütsel davranış ve psikoloji alanları içerisinde de KSS üzerine çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmaların KSS anlayışının insan psikolojisi ve davranışı üzerine etkilerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayacağı belirtilebilir (Ghobadian vd., 2015: ss. 272-273).

Kurumlar, kuruluş nedenleri, içinde bulundukları iktisadi koşullar, yönetim zihniyetleri gibi birçok etkene bağlı olarak farklı hedeflere ulaşmaya çalışabilirler. Bu hedefler değişkenlik göstermekle birlikte geleneksel hedef; kâr elde etme ve topluma mal ve hizmet sunmadır. Ancak günümüzde, toplumsal beklentileri karşılama da önemli bir hedef olarak karşımıza çıkmaktadır. Basit bir ifadeyle, tek hedefi kâr elde etmek olan kurumlar yüzyılın gerisinde kalmış ve uzun soluklu yaşama şansına sahip olmayan kuruluşlardır (Korkmaz, 2009: ss. 22-23). Yaşadıkları topluma ve çevreye karşı duyarlı davranarak alacağı kararlarda ve uygulayacağı faaliyetlerde kanunlara, ahlâki değerlere ve insan haklarına saygılı davranan, çevreye verebileceği zararı hesaplayarak hareket eden kurumlar, varlıklarını geleceğe taşıyabilirler (Korkmaz, 2009: s. 17).

KSS projeleri kapsamında kurumların, bağımsız ya da birbiri ile bağlantılı çok sayıda farklı uygulamalara yöneldikleri görülmektedir. Kurum KSS projesi için sosyal pazarlama, amaca yönelik pazarlama ya da yeşil pazarlama gibi kampanyalar yapabilir, bir sorunun izalesine yönelik bağışta bulunabilir, kendi çalışanlarını toplumsal bir sorunun çözümü yolunda gönüllü çalışabilmeleri için teşvik edebilir ya da bir STK ile ortak çalışma gerçekleştirebilir. Kurumların, sosyal sorumluluk bağlamında farklı alanlarda ve çeşitli uygulamalar gerçekleştirdiklerini söylemek mümkündür. Kurumlar gerçekleştirdikleri; kültürel, sanatsal, bilimsel, eğitsel, sağlık,

güvenlik ve çevre konularında ki projelerle topluma değer kazandırmaya çalışmaktadırlar (Öztürk, 2013: s. 7).

KSS kavramı literatürde genellikle; örgüt imajı ve sürdürülebilirlik kavramlarıyla anılmaktadır (Kotler ve Lee, 2013: s. 11; Ural, 2006: s. 38). Çalışanlara sağladığı katkılara değinen kaynaklar sınırlıdır. Kotler ve Lee; KSS projeleri geliştirilirken, çalışanların psikolojik ve duygusal bakımdan olmalarını sağlayan projelerin seçilmesine dikkat edilmesi gerektiğini belirtmektedirler (2013: ss. 69-71).

Olumlu bir kurum imajına ve itibarına sahip olmak sosyal sorumluluk anlayışına sahip olmayla yakından ilişkilidir (Ural, 2000: s. 419). Kurumlar kaliteli mal ve hizmetler üreterek, ekoloji, kadın haklarına gibi toplumsal sorunlarda KSS projeleri gerçekleştirerek; kurum itibarını artırır ve psikolojik anlamda çalışan adaylarının kurum ile özdeşleşmelerini sağlarlar. Bu sayede kaliteli iş gücünü çeken kurumlar, rekabet avantajı da elde ederler (Greening ve Turban, 2000: s. 276).

KSS kurumların her türlü çıktısını etkileyebilecek bir mekanizmadır. Bu mekanizma, çalışanların psikolojilerini etkileyerek olumlu davranışlar sergilemesini sağlamak üzere kullanılabilir (Ghobadian vd., 2015: s. 278). West vd.'nin KSS uygulamalarının böyle bir mekanizma olarak kullanılabilirliğini inceledikleri çalışmalarında; KSS uygulamalarının yarattığı güven ortamıyla çalışanların kurumları adına daha olumlu davranışlar sergilediklerini tespit etmişlerdir (2015: s. 295).

Bir şirket, insan kaynaklarını etkili ve verimli bir şekilde kullanamıyorsa etkili ve verimli olamaz (Ülgen ve Mirze, 2013: ss. 23-24; Koçel, 2014: ss. 51-58). İnsan emeği diğer üretim faktörleriyle birleşerek örgütün amaçlarına katkıda bulunur. Fakat üretim faktörleri içinde, en önemli ve kuşkusuz en zor kontrol edileni insan faktörüdür (Gümüş ve Sezgin, 2012: s. 2). İnsanı belirli hedeflere yönlendirmek ve yönlendirmek oldukça zordur. Çünkü insan davranışlarının sibernetik ve organik yönü olduğu gibi, hiç ihmal edilmemesi gereken psişik yönü de vardır. İnsan, hisleriyle hareket eden bir varlıktır (Eren, 2014: s. 1; Koçel, 2014: ss. 97-98).

Kurumlar çalışanlarına verdikleri değerle varlıklarını ve geleceklerini garanti altına almaktadır. Bunun nedeni işletmedeki her faaliyetin uygulayıcısının ve her kararın alıcısının insan olması, insan unsurunun bu özelliği nedeniyle diğer tüm faktörleri etkilemesidir. Bundan dolayı kurum çalışanların yaşamını anlamlı kılma sorumluluğu çalışmaktadır. Çalışanların tatmini sadece ödenen maaşla sağlanamaz. Bunun nedeni fizyolojik ihtiyaçların karşılandıktan sonra sosyo-psikolojik ihtiyaçların da karşılanması gerekliliğidir (Korkmaz, 2009: s. 77). Bu bakış açısıyla, KSS projeleri vasıtasıyla toplumsal bir sorunun izalesinde rol alan ya da toplum için bir değer oluşturan çalışanın toplumdaki saygı göreceği, bunun sonucunda da yaşamının anlamlı hissedeceği ve sosyo-psikolojik ihtiyaçlarını karşılayabileceği değerlendirilmektedir.

Günümüzde çalışanlar, inandıkları değerler ve yaşadıkları dünyanın gelişimine katkı sağlamak istemektedirler. Bu beklenti toplumların gelişmişlik düzeyine bağlı olarak artmaktadır. KSS kavramı, kurumlar açısından aynı zamanda bir değer oluşturulması sürecidir. Bu değer oluşturma sürecinde devamlılık esas alınmalıdır. KSS projelerinin önemli hedefleri arasında, çalışanlara kendilerini geliştirebilecekleri olanaklar sunarak insan sermayesine yatırım yapmak da yatmaktadır (Özgen, 2007: s. 2).

Çalışanların örgütler içerisindeki davranışlarının, sosyal, ruhsal, duygusal boyutları vardır. Hızla gelişen teknoloji ve sürekli kâr elde etme düşüncesi karşısında insan kendi varlığını ve kişiliğini korumanın arayışındadır. Sanayileşmenin çarkları arasında ezilen, yabancılaşan ve bir bakıma yok olan insanı yeniden yaratma düşüncesi giderek önem kazanmaya başlamıştır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2013: s. 2).

KSS günümüzde kurum ile paydaşları arasındaki diyalogun en önemli bileşenlerinden biridir. Bu nedenle kurum ajandalarının en tepesindeki bir konu olarak dikkat çekmeye devam eder. Bununla birlikte, kurumların KSS yatırım getirilerini nasıl maksimize edeceğine, bir KSS projesini en fazla faydayı sağlayacak şekilde nasıl gerçekleştireceğine ilişkin çalışmaların sayısı yeterli değildir (Bhattacharya vd., 2009: s. 257).

KSS sorumluluk güçlü bir toplumsal itibar, buna bağlı olarak işin sürdürülebilirliği, hükümet baskısından sakınma, sosyo-kültürel normlara uygunluk, hissedarların desteği, yatırımcıların ilgisi, yeni iş olanakları, toplumla güçlü bağların kurulması gibi birçok konuda kurumlara fayda sağlamaktadır (Davis, 1973: ss. 312-323). KSS projelerinin kuruma kazandırdıklarını çeşitli paydaşlar (toplum, tedarikçiler, müşteriler vb.) açısından ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Ancak, KSS projelerinin çalışanlar üzerindeki psikolojik etkilerini inceleyen veya inceleme mekanizmaları getiren çalışmaların sayısı yok denecek kadar azdır (Bhattacharya vd., 2009: s. 257).

KSS projeleriyle, çalışanlar dâhil olmak üzere çok geniş bir yelpazeye yayılmış paydaşların farklı beklenti ve ihtiyaçları karşılanmış olur. Bu yönüyle KSS projeleri, çalışanların psikolojik ve duygusal ihtiyaçlarının karşılanabileceği bir mekanizma olarak kullanılabilmesi açısından çok büyük bir önem taşır (Vos, 2003: ss. 149-152). KSS projelerinin çalışanlar üzerindeki etkisini araştıran mikro çalışmalar, yönetim alanının uygulamalarında da gelişmelere yol açacaktır (West vd., 2015: s. 297). Anlaşılan odur ki gelecek yıllarda, insan davranışı alanındaki insanın duygusal yönünü de dikkate alan teoriler KSS tanımını şekillendirecektir. KSS alanında yapılacak çalışmalarda, çalışanların psikolojik özelliklerine ilişkin vurgular daha ön plana çıkacak, bu bağlamda da KSS projelerinin çalışanların olumlu davranışlar sergilemesi amacıyla bir mekanizma olarak kullanılabilirliği incelenecektir (Ghobadian vd., 2015: s. 281).

2.4.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Sayesinde Çalışanlara Yönelik Elde Edilebilecek Kazanımlar

Kurumlar çok farklı şekillerde KSS uygulamalarını gerçekleştirebilirler. Bu çeşitlenme içinde KSS projelerinin kuruma sağladığı faydalar çok geniş bir yelpazeyi içerisinde barındırmaktadır. Bu çeşitlilik çalışanlar, tüketiciler ve hissedarlar gibi çok farklı çevre unsurlarının kurumun sosyal sorumluluk düzeyine yönelik algılarının değişik şekillerde kuruma yönelmesinden kaynaklanmaktadır. Tüketicilerin çevreye zarar veren bir kurumun ürünlerini değil de çevreye yatırım yapan bir kurumun mal ve hizmetlerini tercih etmesi, çalışanların sosyal sorumluluk kapsamında faaliyetlerini yürüten bir kurumda yer almaktan mutluluk duyması söz konusu yelpazenin genişliğine örnek olarak verilebilir. KSS uygulamalarının çalışanlar

üzerinde etkisi, kurumları bahse konu uygulamalara daha fazla yatırım yapmaya teşvik eden etkenlerden biri olarak daha fazla önem kazanmaktadır (Kaplan, 2013: s. 79).

Kurumlar, toplumsal beklentileri karşıladıkları ölçüde, kamuoyu ve devlet nazarında itibar sahibi olabileceklerinin farkına varmışlardır. Aynı zamanda toplumsal beklentileri karşılama gayretlerinin, çalışanların duygusal ve psikolojik ihtiyaçlarını tatmin edeceğini, kurumun bir üyesi olmaktan duyacakları gururu artıracığını, bu sayede de çalışan hareketliliğinin azalacağını, verimlilik ve etkinliğin artacağını idrak etmişlerdir (Gül, 2006: s. 158).

Kurumlar için KSS projelerini gerçekleştirmenin çok farklı çeşitleri vardır. Bunlar; kurumun bir sorunun izalesi yolunda aracı bir organizasyona bağlıta bulunmasından, sorunun izalesinde kaynaklarını tahsis etmesine, farklı pazarlama stratejilerinden, çalışanlarını sorunu gidermek için bilfiil görevlendirmesine kadar çok geniş bir yelpazededir. KSS projelerini gerçekleştirirken izlenebilecek bu farklı yolların, çalışanlar üzerindeki etkileri de farklı olacaktır (Bhattacharya vd., 2008: s. 38). Bu çeşitlenme kapsamında KSS projelerini gerçekleştirirken izlenecek yollar bağlamında kurum kazanımları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 2.3. KSS Projesi Gerçekleştirme Çeşitlerine Göre Kurum Kazanımları

Gerçekleştirme Türü	En Üst Düzeye Çıkarılacak Üstünlükler	En Aza İndirgenecek Kaygılar
Sosyal Amaç Teşvikleri	• Kurum şöhretini oluşturur. • Hevesli iş gücünü çeker ve korur. • Pazarlama hedeflerini destekler. • Güçlü toplumsal ilişkiler kurar. • Mevcut kurumsal sosyal girişimlere kaldırıcı etkisi uygular.	• Kurum çabalarının görünürlüğü kolaylıkla kaybolabilir. • Sosyal amaç ortakları ile iletişim zaman kaybettirici olabilir. • Personelin zamanı ve katılımı önemli miktarda olabilir. • Tüketiciler kurumun niyetlerinden ve yükümlülüğünden şüphe duyabilirler.
Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama	• Pazarlama hedeflerini destekler. • Güçlü toplumsal ilişkiler kurar. • Mevcut kurumsal sosyal girişimlere kaldırıcı etkisi uygular.	• Sosyal amaç ortakları ile iletişim zaman kaybettirici olabilir. • Personelin zamanı ve katılımı nemli miktarda olabilir. • Teşvik faaliyetlerinin harcamaları önemli miktarda olabilir. • Tüketiciler kurumun niyetlerinden ve yükümlülüğünden şüphe duyabilirler.

Gerçekleştirme Türü	En Üst Düzeye Çıkarılacak Üstünlükler	En Aza İndirgenecek Kaygılar
Sosyal Pazarlama	- Kurum şöhretini oluşturur. - Genel iş amaçlarına katkıda bulunur. - Hevesli bir iş gücünü çeker ve korur. - Pazarlama hedeflerini destekler. - Güçlü toplumsal ilişkiler kurar. - Mevcut kurumsal sosyal girişimlere kaldira etkisi uygular.	- Sosyal amaç ortakları ile iletişim zaman kaybettirici olabilir. - Personelin zamanı ve katılımı önemli miktarda olabilir. abalar şirket dışı bilirkişilik gerektirebilir. - Teşvik faaliyetlerinin harcamaları önemli miktarda olabilir.
Hayırseverlik	- Kurum şöhretini oluşturur. - Hevesli bir iş gücünü çeker ve korur. - Güçlü toplumsal ilişkiler kurar. - Mevcut kurumsal sosyal girişimlere kaldira etkisi uygular.	- Kurum çabalarının görünürlüğü kolaylıkla kaybolabilir. - Kaynak harcamalarını takip etmek ve değerlendirmek zor ve pahalı olabilir.
Toplum Gönüllülüğü	- Kurum şöhretini oluşturur. - Hevesli bir iş gücünü çeker ve korur. - Güçlü toplumsal ilişkiler kurar. - Mevcut kurumsal sosyal girişimlere kaldira etkisi uygular.	- Kurum çabalarının görünürlüğü kolaylıkla kaybolabilir. - Personelin zamanı ve katılımı önemli miktarda olabilir. - Kaynak harcamalarını takip etmek ve değerlendirmek zor ve pahalı olabilir.
Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları	- Kurum şöhretini oluşturur. - İş amaçlarına katkıda bulunur. - Hevesli bir iş gücünü çeker ve korur. - İşletme maliyetlerini azaltır. - Yönetmelik hatalarını azaltır. - Güçlü toplumsal ilişkiler kurar. - Mevcut kurumsal sosyal girişimlere kaldira etkisi uygular.	- Kurum çabalarının görünürlüğü kolaylıkla kaybolabilir. abalar şirket dışı bilirkişilik gerektirebilir. - Tüketiciler kurumun niyetlerinden ve yükümlülüğünden şüphe duyabilirler.

Kaynak: Kotler ve Lee, 2013: ss. 250-251.

Bir kurumun iş uygulamalarında sosyal sorumluluk anlayışını benimsemesi, finansal çıkarlar, işletme maliyetlerinin azalması, kamu idari kurumlarından gelen parasal mükâfatların (veya muhtemel cezaların önlenmesi) yanı sıra, çalışanların verimliliğinin artması ve kurumda kalma oranları gibi kazanımları bütünleştirmektedir. Bunlarla birlikte pazarlama çıkarları da toplum iyi niyetinin artış potansiyeli, marka tercihi yaratma, marka konumu güçlendirme, ürün kalitesi iyileştirme ve artan kurum saygısı ile birleşmektedir (Kotler ve Lee, 2013: s. 206).

Kurumların temel unsurlarından en önemlilerinden biri çalışanlarıdır. Çalışanlar bir anlamda kurum kültürünü, işletme dışına yansıtan en etkili organizmadır. Kurumlar sorumlulukları kapsamında çalışanlarının refahını sağlamalı, beklentilerine cevap vermelidir. Çalışanlar da kurumlarından aldıklarını, topluma ve çevreye karşı sorumluluklarını ürettikleri mal ve hizmetle kurum dışına yansıtmaktadır. Bu noktada çalışanların işletmenin sosyal sorumluluk hakkındaki anlayışına, adaletine ve faaliyetlerine inanıp inanmaması ve bu konudaki algıları, çalışanların verimlilikleri ve iş tatminleri açısından önem taşımaktadır (elik, 2013: s. 2)

Çalışanlarına KSS anlayışına uygun davranan ve çalışanlarını memnun eden kurumlar; aynı zamanda başka kazanımlar da elde edeceklerdir. Daha açık bir ifadeyle, çalışanların duygusal ihtiyaçları karşılanacak; daha kaliteli mal ve hizmetlerin üretilecek, müşteriler memnuniyeti yükselecek; satışlar artacaktır. Kurum elde ettiği gelirle daha çok yatırım yapabilecek, bu sayede istihdamın artmasını sağlayacaktır. Özetle, çalışanlara KSS anlayışına uygun muamele edilmesinden, toplum olumlu yönde etkilenecektir (Ayçiçek, 2010: s. 15).

Toplumsal refaha katkı sağlamak, hedef kitlede tutum değişikliği meydana getirmek, kanaat önderleri ve karar vericilerde iyi niyet oluşturmak, çalışanların bu projelere gönüllü katılımını sağlayarak kurumları ile gurur duymalarına ön ayak olmak ve bu yolla çalışanların duygusal tatminlerini arttırmak KSS projelerinin faydalarından biridir (Özgen, 2007: ss. 4-5).

Birey toplum içinde, toplumda (kültür ve değerleri gibi özellikleriyle) bireyde yaşamaktadır. Toplum ya da grup çalışanı şekillendirdiği gibi çalışanda içinde bulunduğu toplum ya da grubu şekillendirmektedir. Bahse konu ilişkide bir çift yönlülük söz konusudur (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: s. 23). Bu bağlamda çalışan hem içinde yaşadığı kurumdaki insan grubuyla hem de toplumla çift yönlü bir ilişki içerisinde. Çalışan, toplum için fayda oluşturan bir KSS projesine katılarak; kendini faydalı hissedecek, aynı zamanda kurumdaki insanlardan ya da toplumdan göreceği saygı ile de saygınlık hissini tatmin edecektir.

KSS, oldukça farklı iki yüze sahiptir. Bunlardan birincisi herkesin bildiği, toplumun refahı ile ilgili olan toplumsal sorumluluklardır. Tamamen farklı olan diğer yüzü ise; moral, yardımlaşma, motivasyon ve kendini gerçekleştirme gibi insani değerleri beslemek ve geliştirmektir. Bu insani değerleri ekonomik değer skalasında ölçülemezler. Geleneksel tanımlar, sosyal sorumluluğun sosyo-insani yönünü görmezden gelir ya da hak ettiği değeri vermez (Davis, 1960: ss. 70-71).

Çalışanların gönüllü olarak KSS projelerine katılmalarının iki boyutlu bir etkisi vardır. Bunlardan birincisi dolaylı etkidir; KSS projeleri vasıtasıyla kurumun itibarının toplum nezdinde artması, çalışanların bu artışta paylarının olduğunu da bilerek kurumuyla duydukları gururun artması, diğeri ise dolaysız etkidir; çalışanın

görev aldığı bir KSS projesinde kendini gerçekleştirmesi nedeniyle yaşadığı tatmin ve bu esnada da toplumdan doğrudan saygı görmesidir. Netice itibarıyla çalışan KSS projelerine katılımı sonucunda çok farklı duygusal ihtiyaçlarını karşılar (Kim vd., 2010: ss. 560-566).

Rodrigo ve Arenas'a göre, KSS projeleri doğası gereği çalışanın tutumları üzerinde iki boyutlu etki meydana getirir. Bunlardan birincisi organizasyona, diğer ise topluma karşı tutumlarda yaşanan değişikliklerdir. Bu iki boyutlu tutum değişikliği ise dört başlık altında ifade edilebilir. Bunlar;

- Kurum içerisindeki yeni rollerin kabul edilmesi,
- Kurum ile özdeşleşme,
- Yapılan işi önemli görme,
- Sosyal adalet duygusunun tatminidir (2008: s. 265). Söz konusu tutum değişiklikleri yapılan işi önemli görme boyutuyla doğrudan, diğer boyutlarıyla dolaylı olarak örgütsel yabancılaşma ile ilişkilidir.

İnsanlar, topluma, doğal çevreye, çalışanlara, tüketicilere, gelecek kuşaklara saygılı, sivil toplum için çalışan daha açık bir ifadeyle KSS anlayışına sahip kurumlarda çalışmayı tercih etmektedir. Ayrıca, bir kurumun KSS imajının yüksek olması çalışanlarının da özgüvenini yükseltir (Türker, 2009: s. 201).

Çalışanların çalışma saatleri içerisinde gönüllülük esasına göre KSS projelerinde görevlendirilmesinin; harici ve dâhili olmak üzere iki etkisi vardır. Harici etki KSS projeleri nedeniyle firmanın itibarının artmasından, dâhili etki ise KSS projelerinde görev alan çalışanın duygusal ve psikolojik ihtiyaçlarının karşılanmasından kaynaklanır. Söz konusu etkiler neticesinde çalışan kurumu lehine tutum ve davranış gösterdiği söylenebilir (De Gilder vd., 2005: s. 143).

Ayrıca, becerilerini diğer çalışanlarla birlikte özgür bir şekilde sergileyebilecekleri KSS projelerine katılan çalışanların; manevi tatmin duyacakları, bununla birlikte

daha fazla sorumluluk almaya meyilli olacakları söylenebilir (Van Mierlo vd., 2005: s. 232).

Günümüzde, kendilerini rakiplerinden farklı şekilde konumlandırmak ve rekabet gücü elde etmek isteyen kurumlar kaliteli insan gücünü bünyelerinde istihdam etmek zorundadırlar. KSS projelerinin; topluma kazandırılan değere paralel şekilde kuruma da değer kazandırdığı, kurumu rakiplerinden farklı bir şekilde konumlandırdığı, kurumu insancıllaştırdığı, bu sayede de kaliteli insan gücünü çektiği, kurum içinde kalmalarına yardım ettiği, iş tatmini sağladığı ve çalışanın üretkenliğini artırdığı belirtilebilir (Bhattacharya vd., 2008: ss. 37-38).

Kurumlara, sosyal sorumlulukları ile kendi işletme operasyonları ve stratejilerini bütünleştirme konusunda bilgi, araç, eğitim ve danışmanlık hizmetleri sağlayan kâr amacı gütmeyen bir organizasyon olan Business for Social Responsibility, KSS projeleri sonucu elde edilen kazanımları (Kotler ve Lee, 2013: ss. 10-11);

- Satışlar ve pazar payının artması,
- Marka konumunun güçlenmesi,
- Güçlü kurum imajı ve etkisi,
- Çalışanları çekme, psikolojik ve duygusal ihtiyaçlarını tatmin etme,
- Kalifiye çalışanı elde tutma becerisinin artması,
- İşletme maliyetlerinin azalması,
- Yatırımcılar ve mali analiz uzmanlarına karşı cazibenin artması olarak ifade etmiştir.

KSS projeleri, çalışanların memnuniyetinden, tüketicilerin sadakatine ve işletmenin toplumsal başarısına kadar birçok farklı alanı etkileyebilmektedir (Korkmaz, 2009: s. 15). KSS anlayışına uygun hareket eden bir kurumun çalışanlarının; refahı, motivasyonları, memnuniyetleri, bağlılıkları, sorumluluk duyguları artacak, buna paralel olarak da yetenekli çalışanların kuruma çekilmesi ve elde tutulması

sağlanacaktır (Cooke ve He, 2010: s. 358). KSS projeleriyle çalışanların değerleri bağlamında duygusal tatmininin sağlanmasının çok sayıda işlevsel, psiko-sosyal ve değersel faydası vardır. Bunlar kuruma değerlerin kurum tarafından paylaşıldığının hissedilmesi nedeniyle kuruma duyulan bağlılığın artması, iş-yaşam entegrasyonu ve kişisel becerilerini iş ortamında toplum faydasına kullanmayla duyulan tatmin olarak ifade edilebilir (Bhattacharya vd., 2009: ss. 262-263). Şirketler, KSS projeleri yerine getirerek olumlu kurum imajı oluştururlar, paydaşlarıyla iletişimleri güçlenir, üretimde bulundukları çevrenin ekonomik gelişimine katkı sağlarlar ve çalışanların duygusal ve psikolojik ihtiyaçlarının tatmini gibi pek çok konuda olumlu kazanımlar elde ederler (Ural, 2006: s. 34).

Tablo 2.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesiyle Çalışanların Kazanımları

Sıra	Kazanım Boyutu	Çalışanlar
1	İşlevsel Kazanım	İş Ortamında Kendini İfade
2	Psiko-sosyal Kazanım	İş-Yaşam Entegrasyonu
3	Değerler	Kuruma Bağlılık

Kaynak: Bhattacharya vd., 2009: s. 262.

Kurumun toplumsal sorunlara yönelik uyguladığı ihtiyari KSS projeleri, kurumun yasal zorunlulukları nedeniyle yerine getirdiği KSS projelerinden daha fazla olmak üzere, çalışanın kurumuna yönelik KSS algısını, buna paralel olarak da kurumuna duyduğu güveni ve kurumuna yönelik olumlu tutum ve davranışları güçlendirir (West vd., 2015: s. 308).

Kurum ile çalışanı KSS projeleri sayesinde çalışanları ile bir bağ kurabilir. Bu kurulan bağ sayesinde kurum, psikolojik ve maddi kazanımlar elde edebilir. Çalışanların KSS projelerine katılım sağlamaları; çalışanların iş ortamında duyacakları stresi azaltır, kurumlarıyla ve diğer çalışanlarla olan psikolojik bağını artırır (Bhattacharya vd., 2009: s. 258-259).

KSS projeleri, toplumda kuruma yönelik iyi bir şöhreti de beraberinde getireceği için kurum çalışanında bu şöhrete bağlı olarak gurur duygusunun oluşmasını sağlar. Bu nedenle de; KSS projeleri aynı zamanda çalışanın elde tutulması ve memnuniyeti çabalarına katkıda bulunur (Kotler ve Lee, 2013: s. 211).

Çalışanlarına KSS anlayışına uygun şekilde davranan bir kurum, çalışanlarının duygusal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılar. Duygusal ve psikolojik açıdan tatmin olan çalışanın performans ve verimlilikleri artacak, kurum adına finansal maliyetinin üstünde yarar sağlayacaktır (Korkmaz, 2009: s. 125).

2.4.2 Çalışanın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerine Katılımının Örgütsel Yabancılaşma Düzeyine Etkisi

Tarihsel süreçte yaşanan gelişmeler ve konuya ilişkin araştırmalar, çalışanlara yönelik bakış açısını değiştirmiştir. Kurumlar topluma karşı sorumluluklarının yanı sıra çalışanlara karşı sorumlulukları olduğunun bilincine daha çok varmışlardır. Çalışanların örgüte yabancılaşmalarının engellenmesi ve kendilerini işyerinin bir parçası olarak hissetmeleri performanslarının artmasını sağlayacak, dolayısıyla da kurumun verimliliği de artacaktır. Bunu sağlamak için kararların KSS anlayışı zemininde alınmasının ve davranışların bu kapsamda tanzim edilmesi bir gereklilik olarak belirginleştiği söylenebilir (Çakır, 2006: s. 1).

Yaşanılan tarihsel süreç içerisinde meydana gelen gelişmeler KSS anlayışının önemini artırmıştır. Bununla birlikte, insanlar en temel istekleri arasında yaşadıkları dünyaya değer kazandırmak, bilgi birikimleri ile diğer yeteneklerini başkaları için kullanmak ve bunun karşılığında yaşadıkları toplumdan saygı görmek olduğu belirtilebilir. Bazı insanlar bu isteklerini aktivist hareketlere katılarak tatmin etmektedirler. Aktivizm yaşam şeklinde büyük değişikliklere işaret etmektedir. Bu her insan için gerçekleştirilebilir olmayabilir. Ancak her insan KSS projeleri gibi sosyal sorumluluk temelli aktivitelere katılarak bu isteğini tatmin edebilir (Jones, 2002: ss. 2-28).

Çalışanlarının duygusal ihtiyaçlarının giderilmesinde ve söz konusu ihtiyaçların karşılanmaması nedeniyle oluşabilecek sorunlarla mücadelede KSS projelerinin ve bu projelere katılmadaki gönüllülüğün çok önemli yeri olduğunu vurgulamak gereklidir. Sıkıcı hale gelebilecek olan çalışma ortamının, çalışanın, insani duygu ve beklentilerine cevap veremez hale gelmesi sonucunda ortaya çıkan problemlerin izalesinde KSS projelerinin kullanılabileceğini belirtmek gerekir. Aynı zamanda, çalışanlar da artık, inandıkları ilkeler ve var oldukları dünyanın gelişimi yolunda değer oluşturmak istemektedirler. Bu açıdan değerlendirildiğinde, KSS projelerine

gönüllü katılıma izin verilmesi, imkân sağlanması ve hatta yüreklendirilmesi, çalışanın kuruma olan bağlılığını artıracak ve bu da verimliliğine yansıtacaktır (Özgen, 2007: s. 6). Yeniçeri'ye göre; örgütsel yabancılaşma örgütün etkinliği ve verimliliği ile yakından ilişkilidir (2009: s. 134). Bununla birlikte, yabancılaşmanın sonuçları sistemi girdi olarak besleyerek nedenlere dönüşebilir ve sistemi verimsizlik anlamında olumsuz etkileyebilir (Alkan ve Ergil, 1980: s. 225).

Çalışanların kurumlarına yönelik sorumluluk algısı, çalışan bağlılığı ile iş sürdürmeye niyeti, iş tatmini, iş performansı gibi birçok psikolojik etken üzerinde etkilidir (Peloza ve Shang, 2011: ss. 125-127). KSS projeleri, çalışanların inanç ve değerleriyle uyumlu olduğunda, çalışanın psikolojik ihtiyaçlarını tatmin eder. Bu tatmin doğrudan kurumun hedeflerine ulaşmasına olumlu etkilerde bulunur (Valentine ve Fleischman, 2008: ss. 167-168).

Çalışanların kuruma yabancılaşmalarının önlenmesi, çalışma koşullarının insancillaştırılması motivasyon artırıcı etkenler olarak kullanılmaktadır. Çalışma hayatında sosyo-psikolojik ihtiyaçların karşılanması, kurumun mutlu bir ortam olarak algılanmasını ve çalışmanın değerli algılanmasını sağlar. Ayrıca, kurumunun toplumsal değer oluşturan girişimlerinde kendinin de rol oynadığını hisseden çalışanın hissettiği motivasyon ve doyum daha da artar. Değişen değer yargılarının da etkisiyle, 1950'li yıllarda para ve statü tek motivasyon unsuru olarak görülürken, günümüzde sosyo-psikolojik ihtiyaçların önemi artmıştır (Korkmaz, 2009: s. 94).

Yabancılaşmanın içinde insanın yalnızlığı söz konusudur. Bu yalnızlık nedeniyle insan kendinde “sorumluluk” duygusunu yaşayamamasıdır. Bu nedenle yabancılaşmanın aşılabilmesi için insanın diğer insanlarla bağ kurması ve sorumluluk duygusunu yaşaması gerekir (Akdeniz, 2012: s. 148). Yabancılaşmayla mücadelenin başarılı olabilmesi için, insan yalnızlığından kurtarılmalı, toplumsal ilişkilerin bir parçası haline getirilmelidir (Fromm, 2014: s. 59). Yabancılaşmanın kişinin topluma entegrasyonu ile yakından ilgisi vardır. KSS projeleri gibi topluma katkıyı ve katılımı sağlayan aktiviteler, aidiyet duygusu, sorumluluk hissi yabancılaşmayı azaltıcı etkilerde bulunur. Özetle ifade etmek gerekirse yabancılaşma ile toplumsal entegrasyon arasında ters yönlü bir ilişki vardır (Hajda, 1961: ss. 759-760)

Kurum tarafından çalışanlarının toplum gönüllülüğü projelerinde yer almaları teşvik edilmelidir. Toplum gönüllülüğü, çalışanla toplum arasındaki bağı kuvvetlendirdiği gibi çalışanla kurumu arasındaki bağı da kuvvetlendirir. Artan bu bağlar sürdürülebilirliğin sağlanmasına yardımcı olur (Korkmaz, 2009: s. 127). Örgütsel yabancılaşma bireyin içinde yaşadığı toplumla bağlarının kaybolması, buna bağlı olarak kendini değersiz görmesi ve saygınlığını yitirmesi ile yakından ilgilidir. Bunun sonucunda birey kendini toplumdan soyutlar (Alkan ve Ergil, 1980: s. 214). Toplum nezdinde saygı uyandıran bir KSS projesine katılan bir çalışanın bu vesileyle toplumla ilişkiye geçmesi ve toplumdan değer görmesi örgütsel yabancılaşmanın etkilerini azaltabilir.

Çalışanların yabancılaşmalarında önemli etkenlerden birisi de işyerinin benimsediği kültürel değerler ile toplumsal değerlerin farklılaşmasıdır. Bu durumda çalışan ait olduğu değerlerin çalıştığı kurum tarafından temsil edilmediğini görecektir ve yabancılaşma hissedecektir (Madlock, 2012: s. 383). Kurumlar, çalışanlarını KSS projelerinde gönüllü yer almaları yolunda teşvik etmelidirler. Söz konusu projelerde yer alan çalışan, toplumsal değerlerin kurum tarafından temsil edildiğini görür (Korkmaz, 2009: s. 164). KSS projeleri sayesinde toplumsal değerlerin kurumu tarafından temsil edildiğini gören çalışanların kurumlarıyla ve birbirleriyle kurdukları bağ güçlenecektir. Böylece çalışanlar, kurumun hedeflerini elde edebilmesi için diğer çalışanlarla işbirliğine gitmeye motive olacak ve kooperatif davranışlar sergilemeye eğilimli olacaklardır (Bhattacharya vd., 2009: s. 266).

İnsanın artık kendisini işinde ifade edememesi, iş yerlerinin giderek teknolojik gelişmeye paralel olarak mekanikleşmesi çalışanlar arasındaki birlik bağına yok etmektedir. Bu da teknoloji çağında yaşayan insanın öncelikle toplumdan sonra da kendisinden yabancılaşmasına neden olmaktadır (Pappenheim, 2002: s. 33). Çalışanlar arasında olumlu ve destekleyici ilişkilerin kurulması yabancılaşma ile mücadele etmede son derece önemlidir. Özellikle iş arkadaşlarıyla iş dışında da arkadaşlık kuran onlarla birlikte çeşitli aktivitelere katılan bireylerde yabancılaşma daha az olmaktadır (1962: ss. 324-325; Seeman, 1967: s. 280). Tamamen gönüllük ilkesi dâhilinde çalışanların toplu katılımıyla yapılan KSS projelerinde olumlu ilişkiler kurmak için uygun bir ortam meydana gelebilir.

Çalışanların kendi potansiyellerini ve toplumsal hedeflerini gerçekleştirebilecekleri mekanizmaların örgütsel yabancılaşma üzerindeki etkilerine ilişkin çıkarımlarda bulunma adına Roth'un (1980) "Alienation Reduction" isimli çalışmasındaki bulgular önemlidir. Söz konusu çalışmada; belirlenmiş bir denek grubunun kendilerine ilişkin hedeflerini ve topluma fayda adına beklentilerini gerçekleştirebilecekleri yapısal mekanizma değişiklikleri ve programlar uygulanmıştır. Süreç sonucunda deneklerin birbirleriyle olan iletişimlerinin olumlu şekilde değiştiği ve yabancılaşma düzeylerinin azaldığı görülmüştür.

Beck'in belirttiği gibi teknolojik gelişmelerin ve bu bağlamda sanayileşmenin getirdiği riskler artık tüm insanlığı tehdit edecek boyutlara ulaşmıştır (2011: ss. 26-28). Fromm, günümüzde böyle büyük çaplı insanlığı tümünden yok edecek risklere karşı yaşanan umursamazlığının nedenlerinden birinin de yabancılaşma olduğunu belirtmektedir (Akdeniz, 2012: s. 25). KSS projeleri çevresel hassasiyet boyutuyla sanayileşmenin çevreye verdiği zararlara hassasiyet göstermeyi ve bu zararları minimize etme gayretlerini bünyesinde barındırmaktadır.

Sadece kurumsal faaliyetler toplumu değil, dış toplumsal koşullar da şirketleri olumlu ya da olumsuz etkiler. Bunlar dıştan içe bağlantılardır (Porter, 2011: s. 528). Çalışanlar da şirketlerin topluma olumlu katkılarından haklı bir gurur duyarlar ve çalışanlar toplum tarafından şirketlerinin KSS'leri ile ilişkili olarak itibar görebilir (Porter, 2011: s. 532). Kurumsal sosyal sorumluluk imajları olumlu olan şirketlerin, çalışanları çekme ve elde tutma becerileri artmaktadır (Kotler, Lee, 2013: s. 11). Örgütsel yabancılaşmanın sonuçlarından biri çalışan devamsızlığı ve işten ayrılma olduğu düşünüldüğünde KSS algıları yüksek olan çalışanların örgütsel yabancılaşmadan daha az etkilendikleri söylenebilir.

Çalışan kurumu sayesinde kendi başına başaramayacağı işlerin üstesinden gelebilir. Başka bir ifadeyle kendi başına izale edemeyeceği toplumsal bir sorunu, kurumunun ona sağlayacağı bir imkânla katıldığı KSS projesi vasıtasıyla izale edilmesine hizmet edebilir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: s. 273). Kendini gerçekleştirme ihtiyacı kendinden daha büyük bir amaca hizmet etme isteği ile ilgilidir. Çalışanlarına KSS projeleri vasıtasıyla kendini gerçekleştirme fırsatları tanıyan kurumun, kendini gerçekleştirme ihtiyacını da karşılaması söz konusudur (Tuzzolino ve Armandi,

1981: s. 24). Diğer insanlara yardım etmek, onlardan üstün olma hissini dolayısıyla da benliği yüceltme ve saygınlık motivasyonuna neden olur (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: ss. 253-261). İlginç, yapılmaya değer ve toplumsal yarar sağlayacak bir iş, çalışanın yabancılaşmasını engelleyecektir (Şimşek vd., 2014: s. 145). Günümüzde KSS uygulamaları, ekonomik değer düşüncelerinin ötesinde insan değerine yapılan yatırımlar olarak da dikkate alınmalıdır. KSS projeleriyle insanın saygınlığına ve sosyo-psikolojik değerlerine yatırım yapılır. Bu yatırımlar sonucunda insanın yaratıcılığı ve üretkenliği artar, bu sayede de kurumun hem ekonomik hem de sosyal konumu güçlenir (Davis, 1960: ss. 75-76). Bir şirkette bireysel amaçlar, şirketin ekonomik olmayan amaçlarına (KSS), kişisel değer yargılarına paralel olarak oluşabilir. Kişisel değer yargılarından bazıları doğrudan yaşanılan toplumun iyileştirilmesine ve yardımda bulunma istekleridir (Eren, 2013: ss. 101-102). Kendinden daha büyük bir amaca hizmet etmek insandaki temel bir motivasyondur. Bu nedenle kurumlar, KSS projelerinde çalışanlarının yer almasına, bu sayede sorumlu davranışlar sergilemesine ve topluma faydalı olmasına imkân tanınmalıdır (Ghobadian vd., 2015: s. 284).

Çalışanın KSS projelerinde yer almasının sağlanması ve teşvik edilmesi duygusal ve psikolojik ihtiyaçlarını tatmin eder. KSS projelerine katılımın ÖY ile mücadele bir mekanizma olarak kullanımının iki boyutundan bahsedilebilir. KSS projesine katılan çalışan sosyal sorumluluğa yönelik konularda bilinçlenebilir. Diğer bir açıdan; KSS projesine katılan bir çalışan duygusal ve psikolojik olarak manevi bir tatmin yaşayacaklardır. Bu manevi tatmin çeşitli boyutlarda olabilir. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'nde bahsettiği; insanın saygınlık ihtiyacı gibi ya da bir gruba ait olma ihtiyacı gibi (sosyal ihtiyaçlar) pek çok manevi ihtiyaçlar bu sayede giderilebilmektedir. Giderilen bu ihtiyaçlar çalışanın psikolojik gelişimine büyük katkı sağlayacaktır. Tatmin duygusunu yaşayan çalışan kendisiyle olumlu iletişim içinde hayata bakacak, etrafına da bu pozitifliği yansıtacak ve çevresiyle pozitif iletişim içinde bulunacaktır. Bu da çalışanın verimliliğin azami düzeye çıkmasına neden olacaktır (Özgen, 2013: s. 123).

Kurumların kendi amaç ve çıkarları doğrultusunda hareket etmeleri, her koşulda karlarını maksimize etmeye çalışmaları, toplumsal beklentilere cevap vermemeleri,

kısaca ifade etmek gerekirse; KSS anlayışını tam olarak benimsememeleri çalışanlarını yabancılaştırmaktadır (Keskin, 2010: s. 19). Bu noktada kurumların sosyal sorumluluk anlayışını tam olarak benimsemeleri ve karar alma süreçlerine dâhil etmeleri durumunda örgütsel yabancılaşma ile de mücadele edecekleri belirtilebilir.

Çalışanlarının duygusal ve psikolojik ihtiyaçlarının sağlanmasında KSS projelerinin ve bu projelere katılmadaki gönüllülüğün çok önemli yeri olduğunu vurgulamak gereklidir. Sıkıcı hale gelebilecek olan çalışma ortamının, çalışanın, insani duygu ve beklentilerine cevap veremez hale gelmesi sonucunda ortaya çıkan yabancılaşmanın izalesinde KSS projelerinin kullanılabileceğini belirtmek gerekir. Aynı zamanda, çalışanlar da artık, inandıkları ilkeler ve var oldukları dünyanın gelişimi yolunda değer oluşturmak istemektedirler. Bu açıdan değerlendirildiğinde, KSS projelerine gönüllü katılıma izin verilmesi, imkân sağlanması ve hatta yüreklendirilmesi, çalışanın verimliliğine yansıyacaktır (Özgen, 2007: s. 6).

Söz konusu değerlendirmeler neticesinde çalışanın KSS projelerine katılımının kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin algısına ve ÖY düzeyine etkisi aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

Tablo 2.5. KSS Projelerine Katılım Durumuna Göre Örgütsel Yabancılaşma Düzeyi

Katılım Durumu	ÖY Düzeyi
KSS Projelerine Katılan Çalışan	Düşük
KSS Projelerine Katılmayan Çalışan	Yüksek

III. BÖLÜM

ÇALIŞANIN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİNE KATILIMININ ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA DÜZEYİNE ETKİSİ: YEŞİM TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş. ÖRNEĞİ

Çalışmanın bu bölümünde ise araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve sınırlılıkları, yararı, yöntemi, örnekleme, hipotezler açıklanmıştır. Uygulama bölümüne yönelik olarak Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. çalışanları incelenmiştir. Çalışanların, KKS projelerinde yer alıp almamaları da dikkate alınarak, çalışanlara KSS bilinci, kurumlarına yönelik KSS algı ve örgütsel yabancılaşma ölçekleri uygulanarak sonuçlar karşılaştırılmıştır. Öncelikle, demografik verilere ilişkin bilgiler sunulmuştur. Müteakiben ÖY ölçeğine yönelik faktör analizi, sonrasında ölçeklere ilişkin güvenilirlik verileri sonuçları verilmiştir. Hitamında araştırma hipotezlerine ilişkin bulgular analiz edilmiştir. Nihayetinde ise analizler kapsamında elde edilen bilgiler sonuç bölümünde tartışılmıştır.

3.1. Araştırma Yapılan Şirket Hakkında Genel Bilgi

Dünyada KSS anlayışının şirketler tarafından benimsendiğini sertifikalandırmanın en kabul edilen yolu SA 8000 standardına uygunluk belgesi almaktır. Dünya genelinde 3.663, ülkemizde ise sadece 9 şirket SA 8000 belgesine sahiptir. Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. bu dokuz şirketten biridir. Araştırmanın temel hedefinin KSS anlayışına uygun hareket etmenin şirkete kazandıracağı faydalardan bir olan ÖY düzeyini azaltmadaki rolü olduğu düşünüldüğünde, KSS anlayışını tüm davranışlarına rehber edindiğini belgelendirmiş bir şirkette araştırma yapma gerekliliği de ortaya çıkmaktadır.

Yeşim Tekstil, 1983 yılında kurulmuştur. Günlük üretim kapasitesi 50 ton örme, 60 ton boyama, 100 bin metre baskı ve 150 bin adet hazır giyim ile 100 bin adet ev tekstilidir. Bu üretim kapasitesiyle Yeşim Tekstil, dünyada hazır giyim sektöründe aynı çatı altında iplikten mamul ürüne kadar tüm işlemleri kendi bünyesinde yapabilen en büyük dört entegre tesisten biri olmasının yanı sıra, Türkiye’de yarattığı istihdam alanıyla da en büyük firmalar arasında yer almaktadır.

Dünyanın en ünlü markalarına üretim yapan Yeşim Tekstil, hazır giyimde Nike, Esprit; ev tekstilinde ise Matheis Schlafgut gibi firmalarla stratejik ortaklık yapmaktadır. Diğer üretim yaptığı markalar ise Zara, PullveBear, Massimo Dutti, Bershka, Tommy Hilfiger, Mexx, Hugo Boss, Calzedonia, Tchibo, Converse, Mavi, Uniqlo'dur. Türkiye'deki üretim tesislerinin dışında Moldova ve Mısır gibi ülkelerde fason üretim yaptıran firmanın, ülke sınırları içerisinde de birçok fason firması bulunmaktadır.

Bununla birlikte Yeşim Tekstil, KSS anlayışı doğrultusunda toplumdan aldığını topluma geri vermeyi ilke edinmiş, bu sebeple de birçok gönüllülük projesini hayata geçirmiştir. Yeşim Tekstil'in kurumsal hedefleri ve misyonları doğrultusunda desteklediği sosyal sorumluluk projelerine çalışanlarının katılımını ilke olarak benimsemiştir (www.yesim.com, Erişim Tarihi: 24.04.2016).

3.2. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Kurumun sosyal sorumluluk anlayışını karar mekanizmalarına bir girdi olarak dâhil etmesi ve KSS anlayışı içerisinde davranışlar sergilemesi çalışanların verimlerini artırmaktadır. Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluğun tam olarak benimsenmesi çok önemlidir (Kotler ve Lee, 2013: ss. 150-166). ÖY çalışanın ve neticesinde şirketin verimliliğini azaltan bir olgudur. Bu nedenle örgütler tarafından üzerinde durulması ve azaltılması yönünde gayret gösterilmesi gereken bir konudur. Dolayısıyla yabancılaşmanın ortadan kaldırılması veya azaltılması işletmeler açısından da öncelikli amaçlar içerisinde yer almaktadır. Bu nedenle ÖY problemini izale etmek veya en aza indirebilmek amacıyla mücadele yöntemlerinin belirlenmesi bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır (Büyükyılmaz, 2007: s. 136). Örgütsel yabancılaşmanın azaltılamaz ve kabul edilebilir sınırların altına çekilemez ise örgütün diğer sorunlarına da çare getirilemez. Çünkü örgütsel faaliyetlerin başarılı bir şekilde yürütülebilmesi ve hedeflerin elde edilebilmesi için her çalışanın işbirliği yapmasına, örgütün hedeflerini benimsemesine, başka bir ifade ile örgüt ile çalışanları arasında ahenge ihtiyacı vardır (Yeniçeri, 2009: s. 19). Sonuçları dikkate alındığında yabancılaşma, mutlaka etkileri azaltılması ve mücadele edilmesi gereken bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda yabancılaşmayla mücadele de yeni araç ve yöntemler bulmak çok önemlidir (Tolan, 1980: s. 207). Çalışma bu

gereklilikler kapsamında böyle bir mekanizmanın var olabilirliğini araştırmaktadır. Araştırmanın amacı, çalışanların KSS projelerine katılımının kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin algılara ve ÖY düzeyine etkisini incelemektir.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında tekstil sektöründe faaliyet gösteren Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'de çalışan beyaz yakalı personelin dâhil edildiği bir uygulama yapılmıştır. Fromm'a göre beyaz yakalı çalışanlar günümüzde işçilerden daha çok yabancılaşma içinde yaşamaktadırlar. Benzer şekilde Mills'e göre de günümüzde yabancılaşmanın en tipik görünümünü beyaz yakalı çalışanlar yansıtmaktadırlar (Tolan, 1980: ss. 158-163). Çalışma bu yaklaşımlara uygun şekilde beyaz yakalı çalışanlarla sınırlandırılmıştır.

Uygulamaya yönelik olarak hazırlanan anket katılımcılara bizzat uygulanamamış, şirket çalışanlarının cevaplandırabilmesi adına insan kaynakları departmanında çalışan personelden destek alınmıştır. Bazı anketler internet üzerinden, bazıları ise elektronik mektup ile cevaplandırılmıştır. Asıl yönelimi katılımcı sayısını arttırmak olsa da, uygulamanın hem internet hem de elektronik mektup üzerinden yapılması ile yöntem tekliğinden doğabilecek sistematik hatanın azaltılması da sağlanmıştır (Gürcü, 2012: s. 72).

Anketi cevaplandıranların doğru ve içtenlikle cevaplar verdikleri, bir çalışanın birden fazla anket cevaplandırmadığı ve insan kaynakları departmanının çalışan yardımcı personelin Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'de çalışan beyaz yakalı personelin tamamına ulaştığı kabul edilmiştir. Bununla birlikte, cevaplanan anket sayısı beklenenin altında kalsa da, örneklemin temsil oranında bir sıkıntı yaşanmamıştır.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Anket formu hem “online-anket” çevrimiçi uygulaması hem de elektronik mektup ile hazırlanmıştır. Toplamda 236 anket dönüşü olmuş, 4 katılımcının tüm cevaplar için aynı katılım düzeyini seçmesi, 3 katılımcının ise eksik ifade cevaplaması nedeniyle 7

anket kapsam dışı tutulmuştur. Bahsedilen nedenlerden dolayı 229 anket analize tabi tutulmuştur.

Bu araştırmada üç ölçekten oluşmaktadır. Bunlar; sosyal sorumluluk bilinci, kuruma yönelik sosyal sorumluluk algısı ve ÖY ölçekleridir. Sosyal sorumluluk bilincini ve kuruma yönelik sosyal sorumluluk algısını ölçmek üzere Korkmaz (2009) tarafından çeşitli makale ve doktora tezlerinden (Özgener ve Gültekin) yararlanılarak oluşturulan (2009: s. 132) ölçek kullanılmıştır. ÖY düzeyini ölçmek için ise Seeman'ın yabancılaşma boyutlarına ilişkin yaklaşımı dikkate alınarak Büyükyılmaz'ın (2007) yüksek lisans çalışması kapsamında hazırlanan ve Atalay'ın (2013) yüksek lisans, Elma'nın (2003) doktora tezlerinde kullanılan ölçekten yararlanılmıştır.

3.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Yeşim Tekstil'de çalışan beyaz yakalı sayısı 405 ile ara değer olması nedeniyle, örneklem büyüklüğü aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanmıştır:

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N - 1) \cdot d^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

Burada;

n ile örnek kütle büyüklüğü,

N ile ana kütleyi,

Z ile % (1-α) güven düzeyinde Z test değeri,

α ile önem düzeyi ve d ile de hata (tolerans) payı gösterilmiştir.

Mümkün olduğu kadar büyük örneklemle çalışabilmek için $P = Q = \frac{1}{2}$ olarak alındığı bir durumda %5 önem düzeyi ve %5 hata payı ile ana kütleyi temsil edecek örneklem büyüklüğü:

$$n = \frac{405 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (1.96)^2}{(405 - 1) \cdot (0.05)^2 + (0.5) \cdot (0.5) \cdot (1.96)^2} = 197$$

olarak bulunmuştur.

3.4.2. Veri Toplama Yöntemi ve Uygulama

Araştırmada öncelikle KSS ve ÖY kavramlarına ilişkin literatür taraması yapılmıştır. Müteakiben Yeşim Tekstil'deki beyaz yakalı çalışanların sosyal sorumluluk

bilinçlerinin, kurumlarına yönelik sorumluluk algılarının ve ÖY düzeylerinin belirlenmesi amacıyla 2016 yılının 11 Nisan ile 2 Mayıs tarihleri arasında anket uygulanmıştır.

Ankette yer alan birinci soru çalışanın KSS projesine katılım durumunu ölçmek üzere nominal şekilde yapılandırılmış; “1= Evet” ile çalışanın KSS projesine katıldığı, “2= Hayır” ile katılmadığı anlaşılmaktadır. Ankette yer alan 2-29 arası ifadelerle ilişkin katılım düzeyleri 5’li Likert tipinde ölçeklendirilmiştir. Ölçeğe göre; “1= Tamamen Katılmıyorum”, “2= Katılmıyorum”, “3= Kararsızım”, “4= Katılıyorum” ve “5= Tamamen Katılıyorum” düzeyini ifade etmektedir. Bu bölümde yer alan;

1. Sorumluluk bilincine ilişkin ölçek, 2-8 arasındaki 7 ifadeden oluşacak şekilde tek boyutlu bir yapı olarak ele alınmıştır.

2. Kuruma Yönelik Sorumluluk algısına yönelik ölçek, 9-15 arasındaki 7 ifadeden oluşacak şekilde tek boyutlu bir yapı olarak meydana getirilmiştir.

3. ÖY düzeyine ilişkin ölçek, 16-29 arasındaki 14 ifadeden oluşacak şekilde beş boyutlu bir yapı olarak oluşturulmuştur. Bu kapsamda 16-19 arası ifadeler güçsüzlük, 20-21 arası ifadeler anlamsızlık, 22-23 arası ifadeler kuralsızlık, 24-26 arası ifadeler tecrit ve 27-29 arası ifadeler kendinden uzaklaşma boyutunu ölçmektedir.

30-35 arasında kalan diğer ifadeler demografik verilere yöneliktir. Ankette yer alan 2, 4 ve 8 sıra numaralı ifadeler ters polarizasyonludur. Bu nedenle katılım düzeyleri ters çevrilerek analize dâhil edilmiştir. Ölçekler çalışma kapsamında yapılacak uygulamaya yönelik olarak sektör ve şirket özellikleri ele alınarak güncellenmiştir. Yeşim Tekstil’in bir aile şirketi olması nedeniyle hissedarlara yönelik ifadeler ölçeklerden çıkarılmış ve tekstil sektörüne yönelik olacak şekilde ifadelerde iyileştirmeler yapılmıştır. Kullanılan tüm ölçeklerin güvenilirlik testleri önceki çalışmalarda yapılmış olmasına rağmen yine de tek tek güvenilirlik testi uygulanmış ve ÖY ölçeğine ilişkin faktör analizi yapılmıştır.

Ölçeklere ilişkin düzeylerin yorumlanabilmesi maksadıyla beşli Likert Ölçeği, dört farklı aralığa sahip olduğu için $4/5=0.80$ ’lik bir fark hesaplanmıştır. Bu aralık dikkate

alındığında ortalamanın; 1,00-1,80 aralığında olması değerinin çok düşük olduğu, 1,81-2,60 aralığında olması değerinin düşük düzeyde olduğu, 2,61-3,40 aralığında olması değerinin orta düzeyde olduğu, 3,41-4,20 aralığında olması değerinin yüksek düzeyde olduğu, 4,21-5,00 aralığında olması değerinin çok yüksek düzeyde olduğu anlamına gelmektedir.

3.4.3. Analiz Yöntemi

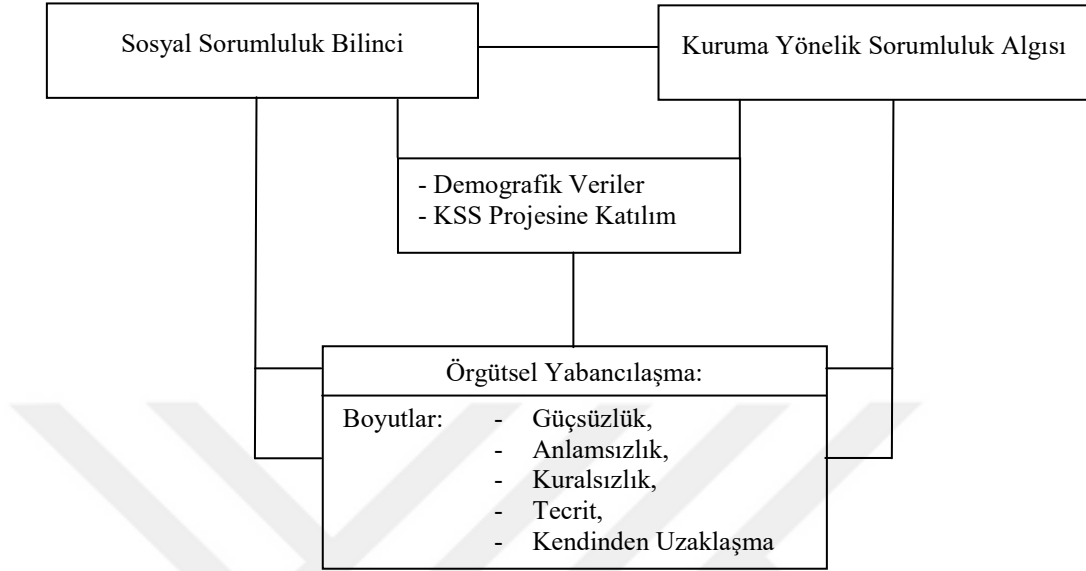
Araştırma sonucunda elde edilen anket sonuçları veri tabanı haline getirilmiş ve Sosyal Bilimler İstatistik Programı olan SPSS 20.0 programında değerlendirilmiştir. Bu istatistik programına, değerlendirmeye alınan 229 cevap formundaki soru ve yanıtlar kodlanmış, kodlanan cevaplar nümerik bilgiler olarak girilmiştir. Veriler değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotlar; yüzde, ortalama, frekans kullanılmıştır. İstatistiksel karşılaştırmalarda; ikili alt grupları karşılaştırmak için bağımsız örneklem t- testi, ikiden fazla alt grubu olan değişkenleri karşılaştırmak için ise f-testi (ANOVA), değişken gruplar arasındaki ilişkiyi tanımlamak için ise korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeylerine ilişkin görüşlerinin arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla Basit Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi sonucunda elde edilen korelasyon katsayısının yorumlanmasında $0 < r < 0.19$ “çok zayıf”, $0.20 < r < 0.39$ “zayıf”, $0.40 < r < 0.59$ “orta”, $0.60 < r < 0.79$ “kuvvetli” ve $0.80 < r < 1.00$ “çok kuvvetli” şeklinde nitelendirilmiştir (Ural ve Kılıç, 2006: 248). Sosyal sorumluluk bilinci, kuruma yönelik sosyal sorumluluk algısı ve ÖY düzeyi arasındaki neden-sonuç ilişkisinin açıklanmasına yönelik çoklu doğrusal regresyon modeli oluşturulmuştur.

Çalışmada gerek ilişkilerin tespiti, gerekse yapılan karşılaştırmalarda, Sosyal sorumluluk bilinci, kuruma yönelik sosyal sorumluluk algısı ve ÖY düzeyi ölçeklerine ilişkin genel puanın elde edilmesi için tüm maddelerin aritmetik ortalaması alınmıştır.

3.4.4 Araştırmanın Hipotezleri ve Hipotez Modeli

Hipotezler kapsamında oluşturulan model aşağıda sunulmuştur.



Şekil 3.1. Hipotezlere İstinaden Hazırlanan Model

Araştırma hipotezleri⁷ aşağıdaki gibidir.

H1: Ankete katılan çalışanların cinsiyetleri, medeni durumları, yaşları, eğitim durumları, aylık maaşları ve kurumda çalışma süreleri ile sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H2: KSS projelerine katılan çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri ile KSS projelerine katılmayan çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H3: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

⁷ Sadelik adına sadece yokluk hipotezleri yazılmıştır. Buna ek olarak, birlikte analizin mümkün olduğu durumlarda da hipotezler birleştirilmiştir.

H4: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri ve kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel yabancılaşmanın alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

3.5. Araştırmanın Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde, demografik özellikler değerlendirilmiş, müteakiben ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Bununla birlikte kavramsal olarak alt boyutları olan ÖY ölçeğinin faktör analizi yapılmıştır. Hitamında araştırma hipotezlerine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

3.5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Ankete katılan 229 katılımcının demografik özellikleri incelenerek aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Değişken	Değişken Kategorisi	Tekil Sıklık	Tekil Yüzde	Toplam Yüzde
Cinsiyet	Kadın	146	63,8	63,8
	Erkek	83	36,2	100,0
	Ara Toplam	229	100,0	
Medeni Durum	Evli	145	63,3	63,3
	Bekâr	84	36,7	100,0
	Ara Toplam	229	100,0	
Yaş	20 Yaş ve Altı	24	10,5	10,5
	21-30	37	16,2	26,6
	31-40	152	66,4	93,0
	41 Yaş ve Üstü	16	7,0	100,0
	Ara Toplam	229	100,0	
Eğitim Durumu	Lise ve Altı	26	11,4	11,4
	Ön Lisans	67	29,3	40,6
	Lisans	125	54,6	95,2
	Yüksek Lisans ve Üstü	11	4,8	100,0
	Ara Toplam	229	100,0	
Aylık Maaş	1.500'den Az	24	10,5	10,5
	1.500-3.000	174	76,0	86,5
	3.001-4.500	26	11,4	97,8
	4.500'den Fazla	5	2,2	100,0
	Ara Toplam	229	100,0	
Kuruma Çalışma Süresi	1 Yıldan Az	11	4,8	4,8
	1-5	98	42,8	47,6
	6-10	86	37,6	85,2
	10 Yıldan Fazla	34	14,8	100,0
	Ara Toplam	229	100,0	

Ankete katılanların;

- %63,8'i kadın ve %36,2'si erkektir,
- %63,3'ü evli ve %36,7'si bekârdır,
- Çoğunluğunu %66,4 ile 31-40 yaş grubu oluşturmaktadır. Katılımcıların %16,2'si 21-30 yaş arası, %10,5'ü 20 yaş ve altı, %7'si 41 yaş ve üzeridir.
- Çoğunluğu %54,6 ile lisans mezunudur. Ankete katılan katılımcılardan %29,3'ü ön lisans, %11,4'ü lise ve altı, %4,8'i i yüksek lisans ve doktora mezunudur. Araştırma beyaz yakalı çalışanlar arasında yapıldığı için eğitim durumunun yüksek olması normal değerlendirilmiştir.
- Çoğunluğunun aylık gelir durumu % 76 ile 1.500-3.000 TL arasındadır. Aylık geliri 1.500 TL'den az olanların oranı %10,5'dir. 3.001-4.500 TL arası kazanan çalışanların oranı %11,4 iken, 4.500 TL'den fazla kazanan çalışanların oranı %2,2'dir.
- Halen çalışmakta oldukları kurumda ne kadar süredir çalışmakta olduklarına bakıldığında ise; %4,8'inin 1 yıldan az, %42,8'inin 1-5 yıl arası, %37,6'sının 6-10 yıl arası ve %14,8'inin ise 10 yıldan fazla süredir kurumda çalıştıkları görülmektedir.

3.5.2. Araştırmanın Güvenilirlik Analizi ve Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin Faktör Analizi

Bu kısımda ölçeklerin iç tutarlılığına ilişkin güvenilirlik ve ÖY ölçeğinin alt boyutlarını belirlemek amacıyla faktör analizleri yapılmıştır.

3.5.2.1. Güvenilirlik Analizi

Araştırmada, sosyal sorumluluk bilinci, kuruma yönelik sosyal sorumluluk algısı ve ÖY ölçeklerin güvenilirlik analizine yönelik olarak Cronbach's Alpha değerleri hesaplanmıştır. Elde edilen değerler Tablo 3.2'de sunulmuştur. Bu değerler ölçeklerin iç tutarlılık bakımından güvenilir olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte normal dağılıma uygunluğu test edebilmek amacıyla betimleyici istatistik

Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmış, normal dağılıma uygunluk standartlarının karşılandığı görülmüştür.

Tablo 3.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	Cronbach's Alpha
Sosyal Sorumluluk Bilinci	0,896
Kuruma Yönelik Sorumluluk Algısı	0,935
Örgütsel Yabancılaşma	0,953

3.5.2.2. Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin Faktör Analizi

ÖY düzeyini ölçmek için kullanılan ifadelerin faktör analizine uygunluğunu kontrol etmek amacıyla uygulanan Kaiser-Meyer-Olkin testi sonucunda KMO oranı 0,910 olarak belirlenmiştir. KMO oranının 0,5'den büyük olması ifadelerin faktör analizine uygun olduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 3.3. ÖY İfadelerine Yönelik Bartlett ve KMO Testlerinin Sonuçları

Test	Değer
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	0,910
Bartlett	Ki-Kare Değeri 4404,461
	Anlamlılık Değeri 0,000

Bununla birlikte Bartlett testi sonucunda da anlamlılık değerinin 0,05'den küçük çıkması ($p < 0,05$) ve Ki-Kare değerinin büyük olması ifadelerin faktör analizine uygun olduğunu göstermiştir.

Ankette kullanılan ifadelerin faktör yapısını belirlemek için Temel Bileşenler Analizi (Principal Components Analysis) ve faktör gruplarını oluşturmak için Eğik Eksen Dönüştürmesi (Direct Oblimin) kullanılmıştır. Faktör analizi sonucunda anlamsızlık ve kuralsızlık boyutlarının tek faktör altında yer alması nedeniyle ÖY ölçeğinin 4 faktörle ifade edildiği görülmüştür. Büyükyılmaz'ın çalışmasında da benzer şekilde anlamsızlık ve kuralsızlık boyutları tek faktör altında toplanmıştır (2007: s. 122). Anlamsızlık ve kuralsızlık boyutlarının birleştiği faktör anlamsızlık boyutu olarak ifade edilmiştir. Tespit edilen 4 faktör toplam varyansın % 90,124'ünü açıklamaktadır.

Tablo 3.4. ÖY Ölçeğinin Faktör Analizi

İfadeler	1	2	3	4
Yaptığım işin üretilen ürünler üzerinde bir etkisi yoktur	1,039			
Yaptığım işin çalıştığım şirket için gereksiz olduğunu düşünürüm	0,928			
İşyerinde kurallara aykırı davrandığımda suçluluk duygusu hissetmem	0,904			
Çalışanlar işinde başarılı olabilmek için hile yapar	0,798			
Çalışma yöntemimi tercih etmede özgür olmadığımı düşünürüm		0,954		
Bir çalışan olarak kendimi önemsiz hissedirim		0,949		
Yaptığım işte kontrolün bende olmadığını düşünürüm		0,923		
İşyerinde ortaya çıkan sorunlarla mücadele etme gücümün azaldığını düşünürüm		0,891		
Kendi değerlerim ile toplumun değerlerinin uyuşmadığını düşünürüm			0,923	
Sosyal çevremi çok sıkıcı bulurum			0,917	
Genellikle sosyal çevremden dışlandığımı hissedirim			0,914	
Topluma katkısı olmayan biri olarak hayatımın anlamlı olmadığını düşünürüm				-0,985
İçinde bulunduğum toplumda işe yaramaz biri olduğumu düşünürüm				-0,965
Toplumdan soyutlanmış biri olarak başka bir hayatta yaşıyorum				-0,927

Tablo.3.4’de görüldüğü üzere 1 numaralı faktör anlamsızlık ve kuralsızlık boyutlarına ilişkin soruları, 2 numaralı faktör güçsüzlük boyutuna yönelik soruları, 3 numaralı faktör tecrit boyutuna ilişkin soruları ve 4 numaralı faktör ise kendinden uzaklaşma boyutuna yönelik soruları ihtiva etmektedir. Bu kapsamda anlamsızlık ve kuralsızlık boyutları birleştirilerek anlamsızlık boyutu olarak yeniden isimlendirilmiştir. Çalışma kapsamındaki analizler tespit edilen dört boyut dikkate alınarak yapılmıştır.

3.5.3. Araştırmanın Hipotez Testlerinin İncelenmesi

Bu bölümde hipotez kısmında belirtilen hipotezler sırasıyla alt hipotezleri de belirtilerek analiz edilmiştir. Bununla birlikte sadelik sağlayabilmek için sadece yokluk hipotezleri yazılmıştır.

H1: Ankete katılan çalışanların cinsiyetleri, medeni durumları, yaşları, eğitim durumları, aylık maaşları ve kurumda çalışma süreleri ile sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1₁: Ankete katılan çalışanların cinsiyetleri ile sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1_{1a}: Ankete katılan çalışanların cinsiyetleri ile sosyal sorumluluk bilinçleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1_{1b}: Ankete katılan çalışanların cinsiyetleri ile kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1_{1c}: Ankete katılan çalışanların cinsiyetleri ile ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Cinsiyete ilişkin alt hipotezinin sınanması için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Üç ayrı ölçek için ayrı ayrı yapılan testler sonucunda elde edilen bilgiler birleştirilerek aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3.5. Cinsiyet Değişkeni ile Araştırma Ölçeklerinin T-Testi Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Bilinci	Kadın	3,22	0,58	30,140	0,024
	Erkek	2,99	0,82		
Sorumluluk Algısı	Kadın	3,44	0,63	17,420	0,003
	Erkek	3,12	0,83		
Örgütsel Yabancılaşma	Kadın	2,72	0,63	38,913	0,472
	Erkek	2,80	0,90		

Tablo 3.5'deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların cinsiyetleri ile sorumluluk bilinçleri arasında; anlamlılık değerinin 0,05'den küçük olması nedeniyle anlamlı ve kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları arasında; anlamlılık değerinin 0,01'den küçük olması nedeniyle çok anlamlı bir fark vardır. Özellikle sorumluluk bilinci için ortalamalara bakıldığında kadınların ortalamasının 3,44 ile erkeklerin ortalaması olan 3,12'den belirgin bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir. ÖY düzeyinde ise cinsiyete göre anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Bulgular neticesinde, H1_{1a} ve H1_{1b} yokluk hipotezleri reddedilmiş, H1_{1c} yokluk hipotezi kabul edilmiştir.

H1₂; Ankete katılan çalışanların medeni durumları ile sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1_{2a}: Ankete katılan çalışanların medeni durumları ile sosyal sorumluluk bilinçleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1_{2b}: Ankete katılan çalışanların medeni durumları ile kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1_{2c}: Ankete katılan çalışanların medeni durumları ile ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Medeni duruma ilişkin alt hipotezinin sınanması için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Üç ayrı ölçek için ayrı ayrı yapılan testler sonucunda elde edilen bilgiler birleştirilerek aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3.6. Medeni Durum Değişkeni ile Araştırma Ölçeklerinin T-Testi Sonuçları

Değişken	Medeni Durum	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Bilinci	Evli	3,13	0,66	1,412	0,743
	Bekar	3,16	0,73		
Sorumluluk Algısı	Evli	3,30	0,69	2,589	0,494
	Bekar	3,37	0,77		
Örgütsel Yabancılaşma	Evli	2,71	0,71	1,305	0,309
	Bekar	2,81	0,79		

Tablo 3.6'daki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların medeni durumları ile sorumluluk bilinçleri, sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında; anlamlılık değerinin 0,05'den büyük olması nedeniyle anlamlı bir fark yoktur. H1_{2a}, H1_{2b} ve H1_{2c} yokluk hipotezleri kabul edilmiştir.

H1₃; Ankete katılan çalışanların yaşları ile sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Alt hipotezlerin sınanması için ANOVA testi uygulanmıştır. Bununla birlikte hangi yaş grubundaki anlamlı bir fark olduğunun anlaşılabilmesi için grupların örnek sayılarının farklı olması dikkate alınarak scheffe testi yapılmıştır. Test sonuçları hipotezler dikkate alınarak gruplar halinde ardı sıra verilmiştir.

H1_{3a}: Ankete katılan çalışanların yaşları ile sosyal sorumluluk bilinçleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.7. Yaş Değişkeni ile Sorumluluk Bilinci Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Yaş	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Bilinci	20 Yaş ve Altı	3,10	0,91	13,220	0,000
	21-30	3,33	0,49		
	31-40	3,01	0,65		
	41 Yaş ve Üstü	4,02	0,22		

Tablo 3.8. Sorumluluk Bilincine Göre Yaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları

Yaş	Yaş Grubu	p
20 Yaş ve Altı	21-30	0,592
	31-40	0,944
	41 Yaş ve Üstü	0,000
21-30	20 Yaş ve Altı	0,592
	31-40	0,064
	41 Yaş ve Üstü	0,006
31-40	20 Yaş ve Altı	0,944
	21-30	0,064
	41 Yaş ve Üstü	0,000
41 Yaş ve Üstü	20 Yaş ve Altı	0,000
	21-30	0,006
	31-40	0,000

Tablo 3.7'deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların yaşları ile sorumluluk bilinçleri arasında; anlamlılık değerinin 0,01'den küçük olması nedeniyle çok anlamlı bir fark vardır. Bu farkın hangi yaş grubundan kaynaklandığını tespit etmeye yönelik Tablo 3.8'deki bulgulara bakıldığında ise 41 yaş ve üstü grubunun diğer gruplara nazaran çok anlamlı şekilde farklı olduğu görülmektedir. 41 yaş ve üstü grubunun sorumluluk bilinci ortalaması 4,02 ile çok yüksek düzeydedir. Bulgulara istinaden $H1_{3a}$ yokluk hipotezi reddedilmiştir.

H1_{3b}: Ankete katılan çalışanların yaşları ile kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.9. Yaş Değişkeni ile Sorumluluk Algısı Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Yaş	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Algısı	20 Yaş ve Altı	3,31	1,03	21,284	0,000
	21-30	3,59	0,54		
	31-40	3,15	0,61		
	41 Yaş ve Üstü	4,42	0,20		

Tablo 3.10. Sorumluluk Algısına Göre Yaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları

Yaş	Yaş Grubu	p
20 Yaş ve Altı	21-30	0,415
	31-40	0,747
	41 Yaş ve Üstü	0,000
21-30	20 Yaş ve Altı	0,415
	31-40	0,003
	41 Yaş ve Üstü	0,000
31-40	20 Yaş ve Altı	0,747
	21-30	0,003
	41 Yaş ve Üstü	0,000
41 Yaş ve Üstü	20 Yaş ve Altı	0,000
	21-30	0,000
	31-40	0,000

Tablo 3.9'deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların yaşları ile sorumluluk algıları arasında; anlamlılık değerinin 0,01'den küçük olması nedeniyle çok anlamlı bir fark vardır. Bu farkın hangi yaş grubundan kaynaklandığını tespit etmeye yönelik Tablo 3.10'daki bulgulara bakıldığında ise 41 yaş ve üstü grubunun diğer gruplara

nazaran çok anlamlı şekilde farklı olduğu görülmektedir. 41 yaş ve üstü grubunun sorumluluk algısı ortalaması 4,42 ile çok yüksek düzeydedir. Bulgulara istinaden H_{13b} yokluk hipotezi reddedilmiştir.

H_{13c}: Ankete katılan çalışanların yaşları ile ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.11. Yaş Değişkeni ile ÖY Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Yaş	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Algısı	20 Yaş ve Altı	2,63	0,89	12,010	0,000
	21-30	2,50	0,64		
	31-40	2,91	0,69		
	41 Yaş ve Üstü	1,93	0,40		

Tablo 3.12. ÖY Düzeyine Göre Yaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları

Yaş	Yaş Grubu	p
20 Yaş ve Altı	21-30	0,928
	31-40	0,325
	41 Yaş ve Üstü	0,023
21-30	20 Yaş ve Altı	0,928
	31-40	0,018
	41 Yaş ve Üstü	0,057
31-40	20 Yaş ve Altı	0,325
	21-30	0,018
	41 Yaş ve Üstü	0,000
41 Yaş ve Üstü	20 Yaş ve Altı	0,023
	21-30	0,057
	31-40	0,000

Tablo 3.11'daki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların yaşları ile örgütsel yabancılaşma düzeyleri arasında; anlamlılık değerinin 0,01'den küçük olması nedeniyle çok anlamlı bir fark vardır. Bu farkın hangi yaş grubundan kaynaklandığını tespit etmeye yönelik Tablo 3.12'deki bulgulara bakıldığında ise 41 yaş ve üstü grubunun diğer gruplara nazaran anlamlı şekilde farklı olduğu görülmektedir. 41 yaş ve üstü grubunun örgütsel yabancılaşma düzeyi ortalaması 1,93 ile düşük düzeydedir. Bulgulara istinaden H_{13b} yokluk hipotezi reddedilmiştir.

H1₄; Ankete katılan çalışanların eğitim durumları ile sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Alt hipotezlerin sınanması için ANOVA testi uygulanmıştır. Bununla birlikte hangi eğitim grubunda anlamlı bir fark olduğunun anlaşılabilmesi için grupların örnek sayılarının farklı olması dikkate alınarak scheffe testi yapılmıştır. Test sonuçları hipotezler dikkate alınarak gruplar halinde ardı sıra verilmiştir.

H1_{4a}: Ankete katılan çalışanların eğitim durumları ile sosyal sorumluluk bilinçleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.13. Eğitim Durumu Değişkeni ile Sorumluluk Bilinci Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Eğitim Durumu	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Bilinci	Lise ve Altı	3,68	0,27	16,082	0,000
	Ön Lisans	3,39	0,70		
	Lisans	2,93	0,61		
	Yüksek Lisans ve Üstü	2,72	0,90		

Tablo 3.14. Sorumluluk Bilincine Göre Eğitim Durumu Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları

Eğitim Durumu	Eğitim Durumu Grubu	p
Lise ve Altı	Ön Lisans	0,273
	Lisans	0,000
	Yüksek Lisans ve Üstü	0,001
Ön Lisans	Lise ve Altı	0,273
	Lisans	0,000
	Yüksek Lisans ve Üstü	0,015
Lisans	Lise ve Altı	0,000
	Ön Lisans	0,000
	Yüksek Lisans ve Üstü	0,769
Yüksek Lisans ve Üstü	Lise ve Altı	0,001
	Ön Lisans	0,015
	Lisans	0,769

Tablo 3.13’deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların eğitim durumları ile sorumluluk bilinçleri arasında; anlamlılık değerinin 0,01’den küçük olması nedeniyle

çok anlamlı bir fark vardır. Bu farkın hangi eğitim grubundan kaynaklandığını tespit etmeye yönelik Tablo 3.14'deki bulgulara bakıldığında ise Lise ve Altı ile Ön Lisans gruplarının diğer gruplara nazaran anlamlı şekilde farklı olduğu görülmektedir. Lise ve Altı grubunun sorumluluk bilinci ortalaması 3,68 ile yüksek, Ön Lisans grubunun sorumluluk bilinci ortalaması 3,39 ile orta düzeydedir. Bulgulara istinaden H1_{4a} yokluk hipotezi reddedilmiştir.

H1_{4b}: Ankete katılan çalışanların eğitim durumları ile kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.15. Eğitim Durumu Değişkeni ile Sorumluluk Algısı Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Eğitim Durumu	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Algısı	Lise ve Altı	3,94	0,56	16,755	0,000
	Ön Lisans	3,56	0,76		
	Lisans	3,11	0,60		
	Yüksek Lisans ve Üstü	2,84	0,75		

Tablo 3.16. Sorumluluk Algısına Göre Eğitim Durumu Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları

Eğitim Durumu	Eğitim Durumu Grubu	p
Lise ve Altı	Ön Lisans	0,103
	Lisans	0,000
	Yüksek Lisans ve Üstü	0,000
Ön Lisans	Lise ve Altı	0,103
	Lisans	0,000
	Yüksek Lisans ve Üstü	0,011
Lisans	Lise ve Altı	0,000
	Ön Lisans	0,000
	Yüksek Lisans ve Üstü	0,627
Yüksek Lisans ve Üstü	Lise ve Altı	0,000
	Ön Lisans	0,011
	Lisans	0,627

Tablo 3.15'deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların eğitim durumları ile sorumluluk algıları arasında; anlamlılık değerinin 0,01'den küçük olması nedeniyle çok anlamlı bir fark vardır. Bu farkın hangi eğitim grubundan kaynaklandığını tespit etmeye yönelik Tablo 3.16'daki bulgulara bakıldığında ise Lise ve Altı ile Ön Lisans

gruplarının diğer gruplara nazaran çok anlamlı şekilde farklı olduğu görülmektedir. Lise ve Altı grubunun sorumluluk algısı ortalaması 3,94 ile, Ön Lisans grubunun sorumluluk algısı ortalaması 3,56 ile yüksek düzeydedir. Bulgulara istinaden H1_{4b} yokluk hipotezi reddedilmiştir.

H1_{4c}: Ankete katılan çalışanların eğitim durumları ile ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.17. Eğitim Durumu Değişkeni ile Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Eğitim Durumu	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Algısı	Lise ve Altı	1,97	0,27	26,606	0,000
	Ön Lisans	2,47	0,68		
	Lisans	3,02	0,67		
	Yüksek Lisans ve Üstü	3,22	0,74		

Tablo 3.18. Örgütsel Yabancılaşma Düzeyine Göre Eğitim Durumu Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları

Eğitim Durumu	Eğitim Durumu Grubu	p
Lise ve Altı	Ön Lisans	0,010
	Lisans	0,000
	Yüksek Lisans ve Üstü	0,000
Ön Lisans	Lise ve Altı	0,010
	Lisans	0,000
	Yüksek Lisans ve Üstü	0,005
Lisans	Lise ve Altı	0,000
	Ön Lisans	0,000
	Yüksek Lisans ve Üstü	0,796
Yüksek Lisans ve Üstü	Lise ve Altı	0,000
	Ön Lisans	0,005
	Lisans	0,796

Tablo 3.17'deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların eğitim durumları ile örgütsel yabancılaşma düzeyleri arasında; anlamlılık değerinin 0,01'den küçük olması nedeniyle anlamlı bir fark vardır. Bu farkın hangi eğitim grubundan kaynaklandığını tespit etmeye yönelik Tablo 3.18'deki bulgulara bakıldığında ise Lise ve Altı ile Ön Lisans gruplarının diğer gruplara nazaran çok anlamlı şekilde farklı olduğu görülmektedir. Lise ve Altı grubunun örgütsel yabancılaşma düzeyi ortalaması 1,97 ile, Ön Lisans grubunun sorumluluk algısı ortalaması 2,47 ile düşük

düzeydedir. Elde edilen bulgular, Tolan'ın eğitim düzeyinin düştükçe yabancılaşmanın artacağına (1980: s. 133) dair değerlendirmesi ile uyuşmamaktadır. Netice itibarıyla bulgulara istinaden H1_{4c} yokluk hipotezi reddedilmiştir.

H1₅; Ankete katılan çalışanların aylık maaşları ile sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Alt hipotezlerin sınanması için ANOVA testi uygulanmıştır. Bununla birlikte hangi aylık maaş grubunda anlamlı bir fark olduğunun anlaşılabilmesi için grupların örnek sayılarının farklı olması dikkate alınarak scheffe testi yapılmıştır. Test sonuçları hipotezler dikkate alınarak gruplar halinde ardı sıra verilmiştir.

H1_{5a}: Ankete katılan çalışanların aylık maaşları ile sosyal sorumluluk bilinçleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.19. Aylık Maaş Değişkeni ile Sorumluluk Bilinci Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Aylık Maaş	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Bilinci	1.500'den Az	3,71	0,26	10,269	0,000
	1.500-3.000	3,09	0,66		
	3.001-4.500	3,19	0,75		
	4.500'den Fazla	2,17	0,79		

Tablo 3.20. Sorumluluk Bilincine Göre Aylık Maaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları

Aylık Maaş	Aylık Maaş Grubu	p
1.500'den Az	1.500-3.000	0,000
	3.001-4.500	0,047
	4.500'den Fazla	0,000
1.500-3.000	1.500'den Az	0,000
	3.001-4.500	0,917
	4.500'den Fazla	0,023
3.001-4.500	1.500'den Az	0,047
	1.500-3.000	0,917
	4.500'den Fazla	0,018
4.500'den Fazla	1.500'den Az	0,000
	1.500-3.000	0,023
	3.001-4.500	0,018

Tablo 3.19'daki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların aylık maaşları ile sorumluluk bilinçleri arasında; anlamlılık değerinin 0,01'den küçük olması nedeniyle çok anlamlı bir fark vardır. Bu farkın hangi aylık maaş grubundan kaynaklandığını tespit etmeye yönelik Tablo 3.20'deki bulgulara bakıldığında ise 4.500'den Fazla grubunun diğer gruplara nazaran anlamlı şekilde farklı olduğu görülmektedir. 4.500'den Fazla grubunun sorumluluk bilinci ortalaması 2,17 ile düşük düzeydedir. Bulgulara istinaden H1_{5a} yokluk hipotezi reddedilmiştir.

H1_{5b}: Ankete katılan çalışanların aylık maaşları ile kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.21. Aylık Maaş Değişkeni ile Sorumluluk Algısı Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Aylık Maaş	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Algısı	1.500'den Az	3,96	0,55	10,324	0,000
	1.500-3.000	3,28	0,68		
	3.001-4.500	3,23	0,80		
	4.500'den Fazla	2,40	0,72		

Tablo 3.22. Sorumluluk Algısına Göre Aylık Maaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları

Aylık Maaş	Aylık Maaş Grubu	p
1.500'den Az	1.500-3.000	0,000
	3.001-4.500	0,003
	4.500'den Fazla	0,000
1.500-3.000	1.500'den Az	0,000
	3.001-4.500	0,987
	4.500'den Fazla	0,045
3.001-4.500	1.500'den Az	0,003
	1.500-3.000	0,987
	4.500'den Fazla	0,105
4.500'den Fazla	1.500'den Az	0,000
	1.500-3.000	0,045
	3.001-4.500	0,105

Tablo 3.21'deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların aylık maaşları ile kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algısı arasında; anlamlılık değerinin 0,01'den küçük olması nedeniyle çok anlamlı bir fark vardır. Bu farkın hangi aylık maaş

grubundan kaynaklandığını tespit etmeye yönelik Tablo 3.22'deki bulgulara bakıldığında ise 1.500'den Az grubunun diğer gruplara nazaran çok anlamlı şekilde farklı olduğu görülmektedir. 1.500'den Az grubunun sorumluluk bilinci ortalaması 3,96 ile yüksek düzeydedir. Bulgulara istinaden H_{15b} yokluk hipotezi reddedilmiştir.

H_{15c}: Ankete katılan çalışanların aylık maaşları ile örgütsel yabancılaşma düzeyi arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.23. Aylık Maaş Değişkeni ile Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Aylık Maaş	$\bar{x}$	SS	F	p
Örgütsel Yabancılaşma	1.500'den Az	2,00	0,29	13,680	0,000
	1.500-3.000	2,84	0,72		
	3.001-4.500	2,67	0,75		
	4.500'den Fazla	3,70	0,50		

Tablo 3.24. Örgütsel Yabancılaşma Düzeyine Göre Aylık Maaş Değişkeninin Scheffe Testi Sonuçları

Aylık Maaş	Aylık Maaş Grubu	p
1.500'den Az	1.500-3.000	0,000
	3.001-4.500	0,009
	4.500'den Fazla	0,000
1.500-3.000	1.500'den Az	0,000
	3.001-4.500	0,737
	4.500'den Fazla	0,057
3.001-4.500	1.500'den Az	0,009
	1.500-3.000	0,737
	4.500'den Fazla	0,028
4.500'den Fazla	1.500'den Az	0,000
	1.500-3.000	0,057
	3.001-4.500	0,028

Tablo 3.23'deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların aylık maaşları ile örgütsel yabancılaşma düzeyleri arasında; anlamlılık değerinin 0,01'den küçük olması nedeniyle çok anlamlı bir fark vardır. Bu farkın hangi aylık maaş grubundan kaynaklandığını tespit etmeye yönelik Tablo 3.24'deki bulgulara bakıldığında ise 1.500'den Az grubunun diğer gruplara nazaran çok anlamlı şekilde farklı olduğu görülmektedir. 1.500'den Az grubunun örgütsel yabancılaşma düzeyi ortalaması 2,00

ile düşük düzeydedir. Aylık maaş arttıkça örgütsel yabancılaşma düzeyi ortalaması da artış göstermektedir. Marx'a göre, ücret ile yabancılaşma engellenemez, bu bir köleye emeği karşılığında daha fazla para ödenmesi gibidir. Çalışan sadece ücret artışı ile kendi öz değerini ve saygınlığını kazanamaz (2013: s. 33). Bulgulara istinaden H_{15c} yokluk hipotezi reddedilmiştir.

H1₆; Ankete katılan çalışanların çalışma süreleriyle ile sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Alt hipotezlerin sınanması için ANOVA testi uygulanmıştır. Bununla birlikte hangi çalışma süresi grubunda anlamlı bir fark olduğunun anlaşılabilmesi için grupların örnek sayılarının farklı olması dikkate alınarak scheffe testi yapılmıştır. Test sonuçları hipotezler dikkate alınarak gruplar halinde ardı sıra verilmiştir.

H1_{6a}: Ankete katılan çalışanların çalışma süreleri ile sosyal sorumluluk bilinçleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.25. Çalışma Süresi Değişkeni ile Sorumluluk Bilinci Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Çalışma Süresi	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Bilinci	1 Yıldan Az	3,12	0,80	0,873	0,456
	1-5	3,10	0,64		
	6-10	3,13	0,78		
	10 Yıldan Fazla	3,32	0,49		

Tablo 3.25'deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların çalışma süreleri ile sorumluluk bilinçleri arasında; anlamlılık değerinin 0,05'den büyük olması nedeniyle anlamlı bir fark yoktur. Bu nedenle H_{16a} yokluk hipotezi kabul edilmiştir.

H1_{6b}: Ankete katılan çalışanların çalışma süreleri ile kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.26. Çalışma Süresi Değişkeni ile Sorumluluk Algısı Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Çalışma Süresi	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Algısı	1 Yıldan Az	3,25	0,87	0,236	0,871
	1-5	3,29	0,66		
	6-10	3,36	0,85		
	10 Yıldan Fazla	3,37	0,46		

Tablo 3.26'daki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların çalışma süreleri ile sorumluluk bilinçleri arasında; anlamlılık değerinin 0,05'den büyük olması nedeniyle anlamlı bir fark yoktur. Bu nedenle $H1_{6b}$ yokluk hipotezi kabul edilmiştir.

H1_{6c}: Ankete katılan çalışanların çalışma süreleri ile örgütsel yabancılaşma düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3.27. Çalışma Süresi Değişkeni ile Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin ANOVA Testi Sonuçları

Değişken	Çalışma Süresi	$\bar{x}$	SS	F	p
Örgütsel Yabancılaşma	1 Yıldan Az	3,12	0,99	2,167	0,093
	1-5	2,80	0,70		
	6-10	2,74	0,78		
	10 Yıldan Fazla	2,52	0,60		

Tablo 3.27'deki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların çalışma süreleri ile örgütsel yabancılaşma düzeyleri arasında; anlamlılık değerinin 0,05'den büyük olması nedeniyle anlamlı bir fark yoktur. Bu nedenle $H1_{6c}$ yokluk hipotezi kabul edilmiştir.

H2: KSS projelerine katılan çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri ile KSS projelerine katılmayan çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

Araştırmanın esas amacına yönelik hipotezin sınanması için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Üç ayrı ölçek için ayrı ayrı yapılan testler sonucunda elde edilen bilgiler birleştirilerek aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3.28. KSS Projesine Katılım Durumu ile Araştırma Ölçeklerinin T-Testi Sonuçları

Değişken	Katılım Durumu	$\bar{x}$	SS	F	p
Sorumluluk Bilinci	Evet	3,69	0,29	34,765	0,000
	Hayır	2,70	0,58		
Sorumluluk Algısı	Evet	3,87	0,45	6,965	0,009
	Hayır	2,88	0,59		
Örgütsel Yabancılaşma	Evet	2,06	0,30	25,277	0,000
	Hayır	3,31	0,470		

Tablo 3.29'daki bulgulara göre, ankete katılan çalışanların KSS projelerine katılım durumu ile sorumluluk bilinçleri, sorumluluk algıları ve örgütsel yabancılaşma düzeyleri arasındaki anlamlılık değeri 0,01'den küçüktür. Bu bulgu KSS projelerine katılım durumu ile çalışanın sorumluluk bilinci ve algısının, bununla birlikte örgütsel yabancılaşma düzeyinin de çok anlamlı farklılık gösterdiğine işaret etmektedir. Ortalamalar incelendiğinde;

- KSS projelerine katılan çalışanların sorumluluk bilinçleri ortalaması 3,69 ile yüksek düzeyde, KSS projelerine katılmayan çalışanların ise sorumluluk bilinçleri ortalaması 2,70 ile orta düzeydedir.

- KSS projelerine katılan çalışanların sorumluluk algıları ortalaması 3,87 ile yüksek düzeyde, KSS projelerine katılmayan çalışanların ise sorumluluk algıları ortalaması 2,88 ile orta düzeydedir.

- KSS projelerine katılan çalışanların örgütsel yabancılaşma düzeyi ortalaması 2,06 ile düşük düzeyde, KSS projelerine katılmayan çalışanların ise örgütsel yabancılaşma düzeyi ortalaması 3,31 ile orta düzeydedir.

Bu bulgulara istinaden H2 yokluk hipotezi reddedilmiştir. H2 hipotezinin reddi ve ölçeklere ilişkin ortalamaların katılım durumuna göre mukayese edilmesi sonucunda; araştırmanın esas amacı olan çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katılımı sonucu elde edeceği kazanımlarının, ÖY düzeyini azaltacağı fikri de desteklenmiştir.

H3: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri, kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H3_a: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri ile kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H3_b: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri ile ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H3_c: Çalışanların sosyal sorumluluk algıları ile ÖY düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Hipotezin sınanması için korelasyon analizi yapılmıştır. Üç ayrı ölçek için ayrı ayrı yapılan analizler sonucunda elde edilen bilgiler birleştirilerek aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3.29. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Korelasyon Analizi

Ölçekler	Değerler	1	2	3
Sorumluluk Bilinci	Pearson Korelasyon Değeri	1	,910	-,847
	Anlamlılık		,000	,000
Sorumluluk Algısı	Pearson Korelasyon Değeri	,910	1	-,831**
	Anlamlılık	,000		,000
Örgütsel Yabancılaşma	Pearson Korelasyon Değeri	-,847	-,831	1
	Anlamlılık	,000	,000	

Tablo 3.30 incelendiğinde;

- Sorumluluk bilinci ile sorumluluk algısı arasında pozitif yönlü ve çok yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu,
- Sorumluluk bilinci ile örgütsel yabancılaşma düzeyi arasında negatif yönlü ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu,
- Sorumluluk algıları ile örgütsel yabancılaşma düzeyi arasında negatif yönlü ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bu bulgular ışığında H3_a, H3_b ve H3_c yokluk hipotezleri reddedilmiştir.

H4: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri ve kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel yabancılaşmanın alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H4_{a1}: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri ile örgütsel yabancılaşmanın güçsüzlük boyutu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H4_{a2}: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri ile örgütsel yabancılaşmanın anlamsızlık boyutu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H4_{a3}: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri ile örgütsel yabancılaşmanın tecrit boyutu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H4_{a4}: Çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri ile örgütsel yabancılaşmanın kendinden uzaklaşma boyutu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 3.30. Sorumluluk Bilinci ile ÖY Boyutları Arasında Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β_0	β_1	Anlamlık (p)	R^2	Düzeltilmiş R^2
Güçsüzlük	Sorumluluk Bilinci	-0,803	6,075	0,000	0,427	0,424
Anlamsızlık	Sorumluluk Bilinci	-0,953	5,267	0,000	0,457	0,455
Tecrit	Sorumluluk Bilinci	-0,754	5,349	0,000	0,557	0,555
Uzaklaşma	Sorumluluk Bilinci	-1,184	5,828	0,000	0,617	0,615

$Y = \beta_0 X + \beta_1$ denklemiyle ifade edilebilecek doğrusal regresyon analizine ilişkin Tablo 3.31 incelendiğinde sorumluluk bilincindeki bir birimlik değişimin; güçsüzlük boyutunda 0,803, anlamsızlık boyutunda 0,953, tecrit boyutunda 0,754 ve kendinden uzaklaşma boyutunda 1,184 birimlik bir azalma meydana getirdiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, sorumluluk bilincinin güçsüzlük boyutunun varyansını %42,7, anlamsızlık boyutunun varyansını %45,7, tecrit boyutunun varyansını %55,7 ve kendinden uzaklaşma boyutunun varyansını ise %61,7 oranında açıkladığı görülmüştür. Böylelikle sosyal sorumluluk bilincinin örgütsel yabancılaşmanın boyutlarının tamamıyla negatif yönlü bir ilişkide olduğu ortaya konulmuştur. En güçlü negatif ilişkinin kendinden uzaklaşma boyutu ile çıkması kavramsal olarak da kabul edilir bulunmuştur. İş yerinde meydana gelen gelişmeleri sahiplenilen bilinçli

çalışanın; kendinden uzaklaşma yaşamadığı, sorumluluk sahibi etken bir bilinçte olduğu söylenebilir. Bahsedilen bulgulardan hareketle H4_{a1}, H4_{a2}, H4_{a3} ve H4_{a4} hipotezleri reddedilmiş, sorumluluk bilinciyle örgütsel yabancılaşmanın boyutları arasında çok anlamlı bir ilişki olduğu kabul edilmiştir.

H4_{b1}: Çalışanların sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel yabancılaşmanın güçsüzlük boyutu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H4_{b2}: Çalışanların sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel yabancılaşmanın anlamsızlık boyutu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H4_{b3}: Çalışanların sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel yabancılaşmanın tecrit boyutu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H4_{b4}: Çalışanların sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel yabancılaşmanın kendinden uzaklaşma boyutu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 3.31. Sorumluluk Algısı ile ÖY Boyutları Arasında Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β_0	β_1	Anlamlık (p)	R ²	Düzeltilmiş R ²
Güçsüzlük	Sorumluluk Bilinci	-0,800	6,213	0,000	0,470	0,468
Anlamsızlık	Sorumluluk Bilinci	-0,836	5,054	0,000	0,391	0,388
Tecrit	Sorumluluk Bilinci	-0,740	5,443	0,000	0,596	0,595
Uzaklaşma	Sorumluluk Bilinci	-1,062	5,638	0,000	0,550	0,548

$Y = \beta_0 X + \beta_1$ denklemiyle ifade edilebilecek doğrusal regresyon analizine ilişkin Tablo 3.32 incelendiğinde sorumluluk algısındaki bir birimlik değişimin; güçsüzlük boyutunda 0,800, anlamsızlık boyutunda 0,836, tecrit boyutunda 0,740 ve kendinden uzaklaşma boyutunda 1,062 birimlik bir azalma meydana getirdiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, sorumluluk algısının güçsüzlük boyutunun varyansını %47,0, anlamsızlık boyutunun varyansını %39,1, tecrit boyutunun varyansını %59,6 ve kendinden uzaklaşma boyutunun varyansını ise %55,0 oranında açıkladığı görülmüştür. Böylelikle sosyal sorumluluk algısının örgütsel yabancılaşmanın boyutlarının tamamıyla negatif yönlü bir ilişkide olduğu ortaya konulmuştur. En güçlü negatif ilişkinin kendinden uzaklaşma boyutu ile çıkması kavramsal olarak da

kabul edilir bulunmuştur. İş yerinde meydana gelen gelişmeleri algılayabilen çalışanın; kendinden uzaklaşma yaşamadığı, algısının açık ve kendinde olduğu söylenebilir. Bahsedilen bulgulardan hareketle $H4_{b1}$, $H4_{b2}$, $H4_{b3}$ ve $H4_{b4}$ hipotezleri reddedilmiş, sorumluluk algısıyla örgütsel yabancılaşmanın boyutları arasında çok anlamlı bir ilişki olduğu kabul edilmiştir.

Regresyon analizi sonucunda ortaya çıkan ilişki modeli aşağıda sunulmuştur.

Şekil 3.2. Sorumluluk Bilinci ve Algısı ile ÖY Boyutları Arasındaki İlişki Modeli

Sosyal Sorumluluk Bilinci	-0,803	Güçsüzlük	-0,800	Sosyal Sorumluluk Algısı
	-0,953	Anlamsızlık	-0,836	
	-0,754	Tecrit	-0,740	
	-1,184	Kendinden Uzaklaşma	-1,062	

SONUÇ

Sanayi devrimi sonrasında, bilimsel ve teknolojik gelişmelerle şekillenen tarihsel süreç içerisinde kurumsal sosyal sorumluluk; kurum merkezli bir anlayıştan toplum merkezli bir anlayışa evrilmiştir. Bu dönüşüm sonucu kurumlar, insanı merkeze alan ve toplumsal beklentilere odaklanan bir kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı benimsenmeye başlamıştır. Diğer taraftan yine söz konusu tarihsel süreç içerisinde, bilimsel ve teknolojik gelişmelere paralel şekillenen işyeri örgütlenmeleri ile birleşen kârını maksimize etme arzusu, insanın saygınlığını yitirmesine neden olabilecek koşulları da doğurmuştur. Bu saygınlık kaybı; özne olması gereken insanı nesneleştirmekte ve yabancılaştırmaktadır. Yabancılaşan insan, toplumun bir parçası olma meziyetini yavaş yavaş yitirir. Kişinin eğitim seviyesi ve kültür düzeyi ne olursa olsun, yabancılaşma beraberinde bir yalnızlığı getirir. Canetti, “Körleşme” adlı kitabında iletişim yeteneklerini kaybederek kendine yabancılaşan bir bilim insanını tasavvur eder. Romanın kahramanı Profesör Kien, kültür seviyesine ve eğitimine rağmen toplumsal süreçlere dâhil ol(a)maması nedeniyle öznelliğini yitirmiştir. Bu öznelliğini yitirme öyle bir seviyeye gelir ki Kien artık kendini bir heykel sanmaya başlar.

Çalışanlar, hem toplumun hem de kurumun bir parçasıdır. Kurumların, toplumun beklentilerini karşılamaya yönelik yaptığı her girişim toplumda olumlu bir algı oluşturmaktadır. Bu olumlu algının, hem kurumun hem de toplumun parçası olan çalışanın, toplum tarafından saygı görmesini, kurumuyla gurur duyarak kendini değerli hissetmesini ve örgütsel yabancılaşma düzeyinin azalmasını sağlayacağı belirtilebilir.

Kurumlar sosyal sorumluluk projelerini çeşitli yollar izleyerek yerine getirebilmektedirler. Bunlardan bir kısmı STK'lara yapılan hayırsever bağışlar gibi kurum çalışanları dâhil edilmeden, bir kısmı da toplum gönüllülüğü gibi kurum çalışanlarının iştirakiyle gerçekleştirilebilir. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin her birinin kurum için çok sayıda katkısı vardır. Genel olarak kaynaklar, kurum imajı, sürdürülebilirlik, toplumsal fayda gibi kavramlarla ve tüketiciler gibi harici paydaşlarla ilişkili olarak kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin faydalarından söz etmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin çalışanlara yönelik olumlu

getirilerini inceleyen sınırlı sayıda kaynak vardır. Bununla birlikte, kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin örgütsel yabancılaşmayla ilişkilendirildiği bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Örgütsel yabancılaşma, çalışanın duygu ve düşünce dünyasını olumsuz etkileyerek veriminin düşmesine neden olur. Çalışanın düşen verimi de doğal olarak kurumun tüm çıktılarını olumsuz etkiler. Hedeflerine en fazla verimle ulaşmak isteyen kurumların çalışanlarının örgütsel yabancılaşma düzeyini minimize etmeleri bir gerekliliktir. Bu nedenle örgütsel yabancılaşma düzeyini azaltmak için işlevsel mekanizmaların bulunması çok önemlidir.

Örgütsel yabancılaşma ile mücadelede kullanılması düşünülen bir mekanizmanın işlevselliğinden söz edilebilmesi; mekanizma vasıtasıyla elde edilen kazanımların örgütsel yabancılaşmanın nedenlerini ortadan kaldırmasına bağlıdır. Daha açık bir ifadeyle; mekanizma sayesinde yaşanan duygusal ve psikolojik tatminin, örgütsel yabancılaşmaya neden olan duygusal ve psikolojik eksiklikleri gidermesi gereklidir.

Çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katılımının sağlanmasının çok çeşitli duygusal ve psikolojik ihtiyacı tatmin edebileceği söylenebilir. Çalışan kendi beceri ve yaratıcılığını toplumsal bir sorunun izalesi yolunda gönüllülük esasına uygun olarak kullanması; kendini gerçekleştirme ve saygı görme ihtiyaçları başta olmak üzere birçok duygusal ve psikolojik ihtiyacı giderebilir. Bu sayede çalışan;

- Kurumunun sağlayacağı imkânla, kendince önemli gördüğü ancak elinden bir şey gelmediğini düşündüğü bir sorunun giderilmesi için gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk projesine iştirak ederek güçsüzlük,
- Toplumsal norm ve kurallarca olumlu ve anlamlı görülen bir kurumsal sosyal sorumluluk projesine dâhil olarak anlamsızlık ve kuralsızlık,
- Bir takım ve grup çalışmasını gerektiren kurumsal sosyal sorumluluk projelerine dâhil olarak yalnızlık ve tecrit,

- Kurumsal sosyal sorumluluk projesi sonucunda gördüğü değer (En azından izale edilecek sorunun mağdurlarından...) ve saygı sayesinde kendinden uzaklaşma hislerinden belirli oranlarda kurtulabilir.

Araştırma kapsamında yapılan uygulama çerçevesinde kavramsal bölümde belirlenen varsayımlar desteklenmiştir. KSS projelerine katılan çalışanlar ile kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katılmayan çalışanların; sosyal sorumluluk bilinçleri ve kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algıları ve örgütsel yabancılaşma düzeyleri arasında çok anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katılan çalışanları sosyal sorumluluk bilinçlerinin ve kurumlarına yönelik sosyal sorumluluk algılarının daha yüksek, örgütsel yabancılaşma düzeylerinin ise daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Benzer bir şekilde çalışanların sosyal sorumluluk bilinçleri ve kuruma yönelik sorumluluk algıları arasında pozitif, söz konusu kavramlarla örgütsel yabancılaşma düzeyleri arasında negatif yönlü ve çok anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Çalışanın sosyal sorumluluk bilinci ve kurumuna yönelik sosyal sorumluluk algısı ile örgütsel yabancılaşmanın alt boyutları arasında yapılan regresyon analizi sonucunda özellikle anlamsızlık, kuralsızlık ve kendinden uzaklaşma boyutlarında çok anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Söz konusu bulgular kavramsal çerçeveye de uygundur. Anlamsızlık, kuralsızlık ve kendinden uzaklaşma boyutları toplumsal değerlerin yoksunluğu ve öz saygınlığın yitirilmesi ile ilişkilidir. Sosyal sorumluluk, toplumsal değerlere ve çalışanın saygınlığına odaklanan bir anlayıştır.

Hem kavramsal hem de uygulama kısmında elde edilen sonuçlar, çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katılımlarının çok sayıda faydası olduğunu ortaya koymuştur. Bu faydalardan istifade etmek isteyen şirketlerin; insan kaynakları, halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluk (varsa) departmanları ortak çalışma yaparak çalışanın önemli gördüğü bir alanda kurumsal sosyal sorumluluk projesine katılmasını sağlamalıdır. Ayrıca, çalışanın bu katılımının ödüllendirilmesi (plaket verilerek, şirket içi intranet ağlarında ya da panolarda sergilenerek vb.), çalışanın elde edeceği tatmini daha da artıracaktır.

İnsanın hayatının önemli bir bölümünü geçirdiği şirketlerdeki mutluluğuna ve tatminine yönelik çalışmalar çok önemlidir. İnsanın mutluluğu ve tatmini verimini artırır, verimli insanların çalıştığı şirketler daha etkin faaliyetlerde bulunurlar. Bu kapsamda, çalışmada tartışılan örgütsel yabancılaşma ile mücadelede kurumsal sosyal sorumluluk projelerine çalışan katılımının sağlanmasına ilişkin mekanizmanın işlevselliğinin daha farklı coğrafya ve sektörlerde bulunan şirketler üzerinde de yapılacak araştırmalarla incelenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak çalışmanın uygulama kısmında, kurumsal sosyal sorumluluk projesine katılan çalışanların örgütsel yabancılaşma düzeylerinin, katılmayanlara nazaran çok anlamlı şekilde farklı ve düşük olduğunun tespit edilmesi, çalışanın kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katılımının, örgütsel yabancılaşmayla mücadele için bir mekanizma olarak kullanılabilirliğine ilişkin literatür kısmında ortaya konulan varsayımları desteklemiştir.

Kaynakça

Kitaplar

Abel, J. (1994). Modernite Nedir (Çev. N. Tural). Modernite Versus Postmodernite (Der. Mehmet Küçük). Ankara: Vadi Yayınları.

Akdeniz, E. B. (2012). J.P. Sratre’de Yabancılaşma Fenomeni. İstanbul: Karakoyun Yayınları.

Akgemci, T. ve Güleş, H. K. (2010). İşletmelerde Stratejik Yönetim. Ankara: Gazi Kitabevi.

Aktan, C. C. ve Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. (Ed. C. Aktan) Kurumsal Sosyal Sorumluluk İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk. İstanbul: İgiad Yayınları.

Alkan, T. ve Ergil, D. (1980). Siyasal Psikoloji: Siyasal Toplumlaşma ve Yabancılaşma. Ankara: Turhan Kitabevi.

Baudrillard, J. (2004). Tüketim Toplumu (Çev. H. Deliceçaylı ve F. Keskin). İkinci Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Beck, U. (2011). Risk Toplumu Başka Bir Modernliğe Doğru. İstanbul: İthaki Yayınları.

Bowen, H.R. (2013). Social Responsibilities of Businessman. Iowa: University of Iowa Press (Eserin orijinali 1953’de yayımlandı).

Davidov, Y. (1997). Özgürlük ve Yabancılaşma (Çev. S. Şölçün). Ankara: Bilim ve Sosyalizm Yayınları.

Demirer, T. ve Özbudun, S. (1999). Yabancılaşma (İkinci Baskı). Ankara: Öteki Yayınevi.

Dumenil, G., Löwy, M. ve Renault, E. (2013). Marksizmin 100 Kavramı (Çev. G. Orhan). İstanbul: Yordam Kitap.

Ehling, W. P. (2005). Halkla İlişkiler ve Pazarlama Uygulamaları (Ed. J. E. Grunig). Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik (Birinci Baskı). İstanbul: Rota Yayıncılık, 379-416.

Eren, E. (2013). Stratejik Yönetim ve İşletme Analizi (Dokuzuncu Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Eren, E. (2014). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi (Ondördüncü Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Ertoý, M. (2007). Yabancılaşma Kader mi, Tercih mi?. İstanbul: Lotus Yayınevi.

- Ertuna, Ö. (2008). Stratejik Yönetim. İstanbul: Okan Üniversitesi Yayınları.
- Ewen, S. (1996). PR! A Social History of Spin. New York: Basic Books.
- Friedman, M. (2007). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits (Ed. W. C. Zimmerli, K. Richter ve M. Holzinger). Corporate Ethics and Corporate Governance, Springer.
- Fromm, E. (2014). Marx'ın İnsan Anlayışı (Çev. K. H. Ökten). İstanbul: Say Yayınları (Eserin orijinali 1961'de yayımlandı).
- Grunig, J. E. ve Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. New York: Harcourt Brace College Publishers.
- Grunig, J. (2005). Halkla İlişkiler ve Pazarlama Uygulamaları (Ed. J. E. Grunig). Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Gül, S. S. (2006). Sosyal Devlet Bitti. Ankara: Ebabil Yayıncılık.
- Gümüş, S. ve Sezgin, B. (2012). Motivasyonun Örgütsel Bağlılığa ve Performansa Etkisi. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Hennigfeld, J., Pohl, M. ve Tolhurst, N. (2006). The ICCA Handbook on Corporate Social Responsibility. West Sussex: John Wiley ve Sons Ltd.
- Jackson, T. (2007). Cross-cultural Sensitivities in Developing Corporate Ethical Strategies and Practices (Ed. Zimmerli W.C., Richter K. ve Holzinger M.). Corporate Ethics and Corporate Governance, Springer.
- Jones, E. (2002). Social Responsibility Activism: Why Individuals Are Changing Their Lifestyles to Change the World. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Southern California, Florida.
- Kağıtçıbaşı, Ç. ve Cemalcılar, Z. (2014). Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar (Onaltıncı Baskı). İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Karaoğlu, B. (2010). Stratejik Yönetim. İstanbul: Etap Yayınevi.
- Kivisto, P. (2008). Sosyolojinin Temel Kavramları. Ankara: Birleşik Yayınevi.
- Koçel, T. (2014). İşletme Yöneticiliği (Onbeşinci Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kopp, R. ve Richter, K. (2007). Corporate Social Responsibility at Volkswagen Group (Ed. W. C. Zimmerli, K. Richter ve M. Holzinger). Corporate Ethics and Corporate Governance, Springer.
- Korkmaz, S. (2009). İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Kotler, P. ve Lee, N. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Çev. S. Kaçamak). İstanbul: MediaCat Kitapları (Eserin orijinali 2005’de yayımlandı).

Lawrence, P. R. ve Nohria, N. (2002). Driven: How Human Nature Shapes Our Choices. San Francisco: Jossey-Bass.

Mandel, E. ve Novack, R. (1975). Marksist Yabancılaşma Kuramı (Çev. O. Göçmen). İstanbul: Yücel Yayınları.

Marx, K. (2013). Yabancılaşma (Der. B. Erdost). Ankara: Sol Yayınları.

Odabaşı, Y. (2004). Postmodern Pazarlama. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.

Özgen, E. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri. (Ed. M. Öztürk). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.

Öztürk, M. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı. (Ed. M. Öztürk). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.

Papenheimer, F. (2002). Modern İnsanın Yabancılaşması (Çev. S. Ak). Ankara: Phoenix Yayınevi.

Porter, M. E. (2011). Rekabet Üzerine (Çev. K. Tanrıyar). İstanbul: Optimist Yayınları (Eserin orijinali 2008’de yayımlandı).

Ritzer, G. (2011). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek (Çev. Ş.S. Kaya) (İkinci Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz, M. V. (2013). Örgütsel Davranış (Beşinci Baskı). Bursa: Alfa Akademi.

Swain, D. (2013). Yabancılaşma: Marx’ın Teorisine Bir Giriş (Çev. H. T. Urbarlı). İstanbul: Akım Tanıtım Yayıncılık.

Şimşek, Ş., Çelik, A., Akgemci, T. (2014). Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış (Sekizinci Baskı). Konya: Eğitim Kitabevi.

Tak, B. (2009). İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Paydaş Grupları ile İlişkilerin Yönetimi, İstanbul: Beta Basım.

Tolan, B. (1980). Çağdaş Toplumun Bunalımı Anomi ve Yabancılaşma. Ankara: İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları.

Torlak, M. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları. (Ed. M. Öztürk). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.

Ural, E. G. (2006). Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamaları. İstanbul: Birsen Yayınevi.

Ural, E. G. (2012). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarında Etkinlik Koşulları ve Sudaki Ayak İzim Projesi’nin İncelenmesi”. New World Sciences Academy, 7, 3, 215-234.

Ural, Z. G. (2013). Kurumsal İletişim Çalışmalarının Sürdürülebilirliği Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ülgen, H. ve Mirze, S. K. (2013). İşletmelerde Stratejik Yönetim (Yedinci Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Weisskopf, W. A. (1995). Yabancılaşma ve İktisat (Çev. Ç. Koç vd.). İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Yeniçeri, S. (2009). Örgütlerde Çatışma ve Yabancılaşma Yönetimi. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

Acuner, Ş. A. (2010). Örgüt Kültürünü Oluşturan Unsurların Çalışanlar Üzerindeki Motivasyonel Etkileri. Milli Produktivite Merkezi Yayınları No: 713, Ankara.

Adebayo, E. (2000). Corporate Social Responsibility Disclosure, Corporate Financial and Social Performance an Empirical Analysis. Unpublished Doctral Dissertation, Nova Southeastern University, Florida.

Aiken, M. ve Hage, J. (1966). “Organizational Alienation: A Comparative Analysis”. American Sociological Review, 31, 4, 497-507.

Akhüseyinoğlu, A. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Yürütülmesinde Kurumsal İletişim Araçlarının Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Alkan, F. (2004). İnsan Kaynakları Yönetiminde Sosyal Sorumluluk Uygulamaları ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Altunoğlu, B.D. ve Atav E. (2009). Ortaöğretim Öğrencilerinin Çevre Risk Algısı. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 36, 1, 1-11.

Atalay, M. (2013). Kurumsal Ataletin Yabancılaşma ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

Ayçiçek, D. (2010). İşletmelerin Çalışanlarına Yönelik Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının İşletmeye Olan Bağlılığa Etkisi ve Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bayındır, B. (2002). Ortaöğretim Dal Öğretmenlerinin Mesleğe Yabancılaşmaları ile Öğretme Öğrenme Sürecindeki Davranışları Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Bayraktar, T. (2014). “Sivil Toplum Kuruluşları’nın Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı: SA 8000 Uygulanabilirliği”. TÜHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi, 25, 35-44.

Becan, C. (2011). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Paydaş Teorisi ve İletişim Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi: Bankaların Basın Bültenlerine Yönelik Bir İçerik Analizi”. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 7, 1, 16-35.

Bell, D. (1966). “The Scholar Cornered: Sociodicy: A Guide to Modern Usage”. The American Scholar, 35, 4, 696-714.

Berman, S. H. (1993). Development of Social Responsibility. Unpublished Doctral Dissertation, Harvard University, Cambridge.

Bhattacharya, C. B., Korschun, D. ve Sen, S. (2009). “Strengthening Stakeholder-Company Relationships Through Mutually Beneficial Corporate Social Responsibility Initiatives”. Journal of Business Ethics, 85, 257-272.

Bhattacharya, C. B., Sen, S. ve Korschun, D. (2008). “Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent”. MIT Sloan Management Review, 49, 37-44.

Bıçakçı, A. B. (2009). BM Küresel Sorumluluk Anlaşması Bağlamında Kurum İçi Halkla İlişkilerde Mükemmellik ve Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Bickford, H. L. ve Neal, A. G. (1969). “Alienation and Social Learning: A Study of Students in a Vocational Training Center”. Sociology of Education, 42, 2, 141-153.

Bolton, B. (1972). “Alienation and Action: A Study of Peace-Group Members”. American Journal of Sociology, 78, 3, 537-561.

Boztepe, H. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Halkla İlişkilerdeki Yeri ve Önemi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bullough, B. (1967). "Alienation in the Ghetto". American Journal of Sociology, 72, 5, 469-478.

Büyükyılmaz, O. (2007). İşletmelerde Yabancılaşmanın Sosyopsikolojik Etkileri ve Türkiye Taşkömürü Kurumunda Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.

Büyükyılmaz, O. ve Fidan, Y. (2015). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Kavramsal Bir Bakış". Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi, 3, 3, 364-381.

Carroll, A. B. (1999). "Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct". Business ve Society, 38, 3, 268-295.

Chapple, W. ve Moon, J. (2005). "Corporate social responsibility (CSR) in Asia: A Seven-Country Study of CSR Web Site Reporting". Business ve Society, 44, 4, 415-441.

Clark, J. P. (1959). "Measuring Alienation Within A Social System". American Sociological Review, 24, 6, 849-852.

Clark, C. E. (2000). "Differences Between Public Relations and Corporate Social Responsibility: An Analysis". Public Relations Review, 26, 3, 363-380.

Cooke, F. L., ve He, Q. (2010). "Corporate Social Responsibility and HRM in China: A Study of Textile and Apparel Enterprises". Asia Pacific Business Review, 16, 3, 355-376.

Coşkun, H. M. (2007). The Contribution of Corporate Social Responsibility To Organizational Identification. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Cutler, N. E. ve Bengtson, V. L. (1976). "Alienating Events". Society, 13, 5, 43-47.

Çakır, B. (2006). SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumuna Olan Etkileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Çalışkan, O. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelin İş Tatminine ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Çam, Y. İ. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki Üzerin Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Çelik, Y. (2013). Çalışanların İşletmenin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Algısı ile İş Tatmini Arasındaki İlişki ve Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çilesiz, E. (2014). İşgören Yabancılaşması ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Ankara'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Davis, K. (1960). "Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities?". California Management Review, 2, 70-76.

Davis, K. (1973). "The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities". Academy of Management Journal, 16, 312-322.

Dean, D. G. (1961). "Alienation: Its Meaning and Measurement". American Sociological Review, 26, 5, 753-758.

Dede, C. ve Çınar N. (2010). Çevresel Riskler ve Çocuk Sağlığı. Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi, 103, 15-27.

De Gilder, D., Schuyt T. N. M. ve Breedijk M. (2005). "Effects of an Employee Volunteering Program on the Work Force: The ABN-AMRO Case". Journal of Business Ethics, 61, 2, 143-152.

Drucker, P. F. (1984). "The New Meaning of Corporate Social Responsibility". The California Management Review, 26, 2, 53-63.

Durcan, N. M. (2007). Yabancılaşmanın İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından İncelenmesi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Efraty, D., Sirgy, M. J., Claiborne, C. B. (1991). "The Effect of Personal Alienation on Organizational Identification: A Quality-of-Work-Life Model". Journal of Business and Psychology, 6, 1, 57-78.

Ellen, P. S., Webb, D. J. ve Mohr, L. A. (2006). "Building Corporate Associations: Consumer Attributions for Corporate Socially Responsible Programs". Academy of Marketing Science Journal, 34, 147-157.

Elma, C. (2003). İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin İşe Yabancılaşması. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Er, K. (2007). "Çalışanlar Açısından Toplam Kalite Yönetimi Yabancılaşma İlişkisi: Elektronik Sanayi Örneği", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 4, 1, 303-342.

Erden, P. (2011). Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerine Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Erikson, K. (1986); “On Work and Alienation”. American Sociological Review, 51, 1, 1-8.

Erkılıç, E. (2012). Örgütsel Stresin Örgütsel Yabancılaşma Üzerine Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

Ertuna, B. ve Tükel, A. (2009). “Türkiye’de KSS Uygulamaları: Geleneksel ve Küresel Arasında”. Yönetim Araştırmaları Dergisi, 9, 2, 145-172.

Falek O. ve Heblich S. (2007). “Corporate Social Responsibility: Doing Well by Doing Good”. Business Horizons, 50, 247-254.

Filios, V. P. (1984). “Corporate Social Responsibility and Public Accountability”. Journal of Business Ethics, 3, 4, 305-314.

Frankental, P. (2001). “Corporate Social Responsibility-A PR Invention?”. Corporate Communications: An International Journal, 6, 1, 18-23.

Freeman, R. E., Reed, D. L. (1983). “Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance”. California Management Review, 25, 3, 88-106.

Friedman, M. (13 Eylül 1970). “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”. The New York Times Magazine, 1-6.

Ghobadian, A., Money, K., ve Hillenbrand, C. (2015). “Corporate Responsibility Research: Past-Present-Future”. Group ve Organization Management, 40, 3, 271-294.

Greening, D. W., ve Turban, D. B. (2000). “Corporate Social Performance as a Competitive Advantage in Attracting a Quality Workforce”. Business ve Society, 39, 3, 254-280.

Gültekin, N. (2003). İşletmenin Sosyal Başarısında Sosyal Sorumluluğun Rolü ve GAP Bölgesi Yöneticilerinin Sosyal Sorumluluk Anlayışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Gürcü, Ö. D. (2012). Algılanan Örgütsel Adaletin Örgütsel Yabancılaşmaya Etkisi Üzerine Yalova İli Kamu ve Özel Kuruluşlarında Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Gürsoy, F. (2014). Sağlık İşletmeleri Personelinin İşe Yabancılaşma Düzeyi: Van İli Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Hajda, J. (1961). "Alienation and Integration of Student Intellectuals". American Sociological Review, 26, 5, 758-777.

Halıcı, A. (2001). "İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stratejileri: Çanakkale İlinde Bir Araştırma". Yönetim ve Ekonomi, 7, 1, 11-26.

Hasanov, V. (2010). Çalışanların İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarına İlişkin Algılamalarının Örgütsel Bağlılığa Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

İbişoğlu, A. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Vestel Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Ankara.

İşseveroğlu, G. (2001). "İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik". Yönetim ve Ekonomi, 8, 2, 55-67.

Kaplan, M. (2013). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi". Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13, 26, 77-97.

Karaismailoğlu, İ. (2006). İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Karatepe, S. (2008). "İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma". Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7, 23, 77-97.

Kartaltepe, N. (2010). Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Kurumsal Kuram Perspektifinden Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kelgökmen, D. (2010). "İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması". Ege Akademik Bakış Dergisi, 10, 1, 303-318.

Keskin, F. (2010). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Tartışmalı Bir Kavramı Konumlandırma Çabası". Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, 1, 3-35.

Kılıç, E. (2010). Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Yabancılaşma Arasındaki İlişki: Çağrı Merkezi Çalışanları Üzerine Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Kim, H. R., Lee, M., Lee, H. T. ve Kim, N. M. (2010). "Corporate Social Responsibility and Employee-Company Identification". Journal of Business Ethics, 95, 557-569.

Kohn, M. L. (1976). "Occupational Structure and Alienation". The American Journal of Sociology, 82, 1, 111-130.

Kömürcü, A. H. (2012). Toplumsal Beklentilerin Özel Öğretim Kurumlarının Sosyal Sorumluluk Uygulamalarına Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Lee M. P. (2008). “A Review of the Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and the Road Ahead”. *International Journal of Management Reviews*, 10, 1, 53-73.

Lichtenstein, D. R., M. E. Drumwright ve B. M. Braig. (2004). “The Effect of Corporate Social Responsibility on Customer Donations to Corporate-Supported Nonprofits”. *Journal of Marketing*, 68, 4, 16–32.

Maç, S. D. ve Çalış, Ş. (2012). “Etik ve İnsan Kaynakları Yönetimi Tartışmalarında Sosyal Sorumluluğun Yeri: Küresel İlkeler Sözleşmesi ve SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı Üzerine Bir Değerlendirme”. *İş Ahlakı Dergisi*, 5, 10, 21-53.

Madlock, P. E. (2012). “The Influence of Cultural Congruency, Communication, and Work Alienation on Employee Satisfaction and Commitment in Mexican Organizations”. *Western Journal of Communication*, 76, 4, 380-396.

Maignan, I. ve Ferrel O.C. (2000). “Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France”. *Journal of Business Ethics*, 23, 283-297.

McWilliams, A. ve Siegel D. (2001). “Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective”. *The Academy of Management Review*, 26, 1, 117-127.

McWilliams, A., Siegel D. S. ve Wright P. M. (2006). “Corporate Social Responsibility: Strategic Implications”. *Journal of Management Studies*, 43, 1, 1-18.

Miller, J. (1967). “Professionals in Bureaucracy: Alienation Among Industrial Scientists and Engineers”. *American Sociological Review*, 32, 5, 755-768.

Miller, J. (1975). “Isolation in Organizations: Alienation from Authority, Control, and Expressive Relations”. *Administrative Science Quarterly*, 20, 2, 260-271.

Neal, A. G. ve Rettig, S. (1963). “Dimensions of Alienation Among Manual and Non-Manual Workers”. *American Sociological Review*, 28, 4, 599-608.

O’Riordan L. ve Fairbrass J. (2008). “Corporate Social Responsibility: Models and Theories in Stakeholder Dialogue”. *Journal of Business Ethics*, 83, 4, 745–758.

Özbay, D. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Endeksi: Bir Model Önerisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özdemir, H. Ö. (2007). Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminine Etkisi: OPET Çalışanlarına

Yönelik Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özgen, E. (2007). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi”. D.Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, 8, 1-6.

Özgener, Ş. (2000). İş Ahlâkı ve Sosyal Sorumluluk: İmalat Sanayinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Pearlin, L. I. (1962). “Alienation from Work: A Study of Nursing Personnel”. American Sociological Review, 27, 314-326.

Peloza, J. ve Shang, J. (2011). “How Can Corporate Social Responsibility Activities Create Value for Stakeholders? A Systematic Review”. Journal of Academy of Marketing, 39, 117-135.

Peterson, D. K. (2004). “Recruitment Strategies for Encouraging Participation in Corporate Volunteer Programs”. Journal of Business Ethics, 49, 4, 371-386.

Pinkston, T. S. ve Carroll, A. B. (1994). “Corporate Citizenship Perspectives and Foreign Direct Investment in the U.S.”. Journal of Business Ethics, 13, 157-169.

Post, J. E., Preston, L. E. ve Sachs, S. (2002). “Managing the Extended Enterprise: The New Stakeholder View”. California Management Review, 45, 1, 6-28.

Rhodes, S. B. (1966). A Study of Tenants of Public Low-Rent Housing and Their Degree of Alienation and Isolation from Community Life. Unpublished Master Degree Thesis, The Ohio State University, Ohio.

Roberts, B. R. (1987). “ A Confirmatory Factor-Analytic Model of Alienation”. Social Psychology Quarterly, 50, 4, 346-351.

Rodrigo, P. ve Arenas, D. (2008). “Do Employees Care About CSR Programs? A Typology of Employees According to their Attitudes”. Journal of Business Ethics, 83, 265-283.

Roth, E. N. (1980). Alienation Reduction. Unpublished Master Degree Thesis, The California State University, Northridge.

Rushing, W. A. (1970). “Class, Power, and Alienation: Rural Differences”. Sociometry, 33, 2, 166-177.

Schwartz, M. S. ve Carroll, A. B. (2003). “Corporate Social Responsibility: A Three Domain Approach”. Business Ethic Quarterly, 13, 4, 503-530.

Seeman, M. (1959). “On The Meaning of Alienation”. American Sociological Review, 24, 6, 783-791.

- Seeman, M. (1967). "On the Personal Consequences of Alienation in Work". *American Sociological Review*, 32, 2, 273-285.
- Seeman, M. (1975). "Alienation Studies". *Annual Review of Sociology*, 1, 91-123.
- Seeman, M. (1983). "Alienation Motifs in Contemporary Theorizing: The Hidden Continuity of the Classic Themes". *Social Psychology Quarterly*, 46, 3, 171-184.
- Sezici, E. (2012). Örgütsel Özdeşleşme. (Ed. N. D. Özler). Örgütsel Davranışta Güncel Konular (İkinci Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın ve Dağıtım, 167-193.
- Shepard, J. M. (1973). "Technology, Division of Labor, and Alienation". *The Pacific Sociological Review*, 16, 1, 61-88.
- Sönmez, B. (2014). Sosyal Sorumluluk Projelerinin İşletme İmajına Etkisi: Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Sönmez, B. (2016). "Gözetim Toplumunun Günümüz Tüketim Dinamikleri Bağlamında Yorumlanması". *Selçuk İletişim Dergisi*, 9, 2, 262-284.
- Taviss, I. (1969). "Changes in The Form of Alienation: The 1900's vs. the 1950's". *American Sociological Review*, 34, 1, 46-57.
- Tekin, Ö. A. (2012). Yabancılaşma ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler: Antalya Kemer'deki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Travis, R. (1986). "On Powerlessness and Meaninglessness". *The British Journal of Sociology*, 37, 1, 61-73.
- Tuzzolino, F. ve Armandi B. R. (1981). "A Need-Hierarchy Framework for Assessing Corporate Social Responsibility". *The Academy of Management Review*, 6, 1, 21-28.
- Türker, D. (2009). "How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment". *Journal of Business Ethics*, 89, 189-204.
- Ural, E. G. (2000). "Kurum İmajı Yaratmada Sosyal Sorumluluk Anlayışının Önemi". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 10, 411-419.
- Valentine, S. ve Fleischman, G. (2008). "Ethics Programs, Perceived Corporate Social Responsibility and Job Satisfaction". *Journal of Business Ethics*, 77, 2, 159-172.
- Valor, C. (2005). "Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability". *Business and Society Review*, 110, 2, 191-212.

Van Mierlo, H., Rutte, C., Kompier, M. ve Doorewaard, H. (2005). "Self-Managing Team Work and Psychological Well Being". Group ve Organization Management, 30, 211-235.

Vos, Janita F.J. (2003). "Corporate Social Responsibility and the Identification of Stakeholders". Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 10, 141-152.

Vural, Z. B. A. ve Coşkun, G. (2011). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik". Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1, 1, 61-87.

West, B., Hillenbrand, C., ve Money, K. (2015). "Building Employee Relationships Through CSR: The Moderating Impact of Cynicism and Reward for Application". Group ve Organization Management, 40, 3, 295-322.

Yalçın, Ö. (2009). Ekolojik İklimlere İlişkin Tutum, Toplumsal Sorumluluk ve Yabancılaşmanın Toplumsal Değer Yönelimi Açısından İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Yıldız, Y. (2012). Küresel İlkeler Sözleşmesi Işığında Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Elektronik Kaynaklar

Committee for Economic Development Report. (1971). www.ced.org, Erişim Tarihi: 20.02.2016.

Coover, L.C. (2008). Greenwashing Global Warming. www.washburn.edu, Erişim Tarihi: 19.02.2016.

<http://www.conecomm.com/top-10-csr-trends-of-2015> Erişim Tarihi: 06.01.2016.

http://www.eurocons.com.tr/sa_8000-bilgi_bankasi-SA%C2%A08000%C2%A0Sosyal%C2%A0Sorumluluk%C2%A0Standard%C4%B1.html Erişim Tarihi: 08.03.2016.

http://marmara.gov.tr/UserFiles/Attachments/Publication/Publication_97_GidaGuvenligi.pdf, Erişim Tarihi: 19.02.2016.

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/11/20131128-1.htm>, Erişim Tarihi: 15.02.2016.

http://sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/SA_8000%20Standard%202014.pdf, Erişim Tarihi: 08.03.2016.

http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gtsvearama=gtsveguid=TDK.GTS.567b25997407e7.72126632 Erişim Tarihi: 24.12.2015.

<http://www.ticaretkanunu.net/ttk-madde-54/>, Erişim Tarihi: 04.04.2016.

<http://www.tuketiciler.org/?com=files.readveID=2vepID=21>, Erişim Tarihi: 19.02.2016.

<http://www.tupadem.hacettepe.edu.tr/birlesmismilletler.php>, Erişim Tarihi: 19.02.2016.

<http://www.yesim.com/icerik/3673/gonulluluk-projeleri/>, Erişim Tarihi: 24.04.2016.

Özgüç, E. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları kapsamında İMKB-30 endeksi şirketleri. Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu, <http://www.spk.gov.tr/yayingoster.aspx?yid=988vect=fveaction=displayfile> Erişim Tarihi: 08.03.2016.

EK-1 ANKET

SAYIN KATILIMCI; Bu anket, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı kapsamında hazırlamakta olduğum “Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerine Katılımının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı ve Örgütsel Yabancılaşma Düzeyine Etkisi” adlı tez çalışmasının araştırma kısmına veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır.

Araştırma sonuçları hiçbir şekilde yayınlanmayacak ve anketi dolduranlara ait kişisel bilgi ve cevaplar istatistiksel kurallar çerçevesinde tamamen bilimsel amaçla kullanılacaktır. Kişisel boyutta herhangi bir değerlendirme yapılmayacağından anket formuna isminizi yazmanıza gerek yoktur. Lütfen soruları dikkatlice okuyup **içtenlikle** ve **eksiksiz** olarak cevap veriniz.

Yardımlarınızı esirgemediğiniz ve zamanınızı ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Doç.Dr. Nihal PAŞALI TAŞOĞLU

Tez Danışmanı

Barbaros SÖNMEZ

Yüksek Lisans Öğrencisi

1. Yeşim Tekstil’in yürüttüğü sosyal sorumluluk projelerinden herhangi birine katıldınız mı?

() Evet

() Hayır

Aşağıda yer alan ifadelere <u>katılım düzeyinizi</u> lütfen belirtiniz.		Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
2	Şirketler, toplumsal tepkileri azaltmak için çevre sorunlarıyla ilgilenmelidir.					
3	Yöneticiler karar alırken, kararın toplumsal etkilerini de dikkate almalıdır.					
4	Şirketlerin ortaklarına karşı en önemli sorumluluğu kârlarını maksimuma çıkarmaktır.					
5	Toplumda olumlu bir imaj oluşturmak isteyen şirket, sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmelidir.					
6	Sosyal sorumluluk anlayışı uzun vadede şirketlere kâr getirir.					
7	Şirketler sosyal sorumluluğu toplumsal değerlere saygının gereği olarak yerine getirmelidirler.					
8	Sosyal sorumluluk bilinciyle yapılan harcamalar şirketlere ilave masraf doğurur.					
9	Yeşim Tekstil, müşterilerine karşı sorumluluklarını yerine getirir.					
10	Yeşim Tekstil, devlete karşı sorumluluklarını yerine getirir.					
11	Yeşim Tekstil, çevreye karşı sorumluluklarını yerine getirir.					
12	Yeşim Tekstil, Tedarikçilerine karşı sorumluluklarını yerine getirir.					
13	Yeşim Tekstil, Rakiplerine karşı sorumluluklarını yerine getirir.					
14	Yeşim Tekstil, Çalışanlarına karşı sorumluluklarını yerine getirir.					
15	Yeşim Tekstil, Topluma karşı sorumluluklarını yerine getirir.					

Aşağıda yer alan ifadelere <u>katılım düzeyinizi</u> lütfen belirtiniz.		Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
16	Yaptığım işte kontrolün bende olmadığını düşünürüm.					
17	İşyerinde ortaya çıkan sorunlarla mücadele etme gücümün azaldığını düşünürüm.					
18	Çalışma yöntemimi tercih etmede özgür olmadığımı düşünürüm.					
19	Bir çalışan olarak kendimi önemsiz hissedirim.					
20	Yaptığım işin üretilen ürünler üzerinde bir etkisi yoktur.					
21	Yaptığım işin çalıştığım şirket için gereksiz olduğunu düşünürüm.					
22	İşyerinde kurallara aykırı davrandığımda suçluluk duygusu hissetmem.					
23	Çalışanlar işinde başarılı olabilmek için hile yapar.					
24	Genellikle sosyal çevremden dışlandığımı hissedirim.					
25	Sosyal çevremi çok sıkıcı bulurum.					
26	Kendi değerlerim ile toplumun değerlerinin uyuşmadığını düşünürüm.					
27	İçinde bulunduğum toplumda işe yaramaz biri olduğumu düşünürüm.					
28	Topluma katkısı olmayan biri olarak hayatımın anlamlı olmadığını düşünürüm.					
29	Toplumdan soyutlanmış biri olarak başka bir hayatta yaşıyorum.					

30. Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek

31. Medeni durumunuz: () Evli () Bekâr

32. Yaşınız: () 20 yaş ve altı () 21-30 () 31-40 yaş () 41 yaş ve üstü

33. Eğitim durumunuz (Lütfen en son mezun olduğunuz okulu dikkate alarak işaretleyiniz)

() Lise ve altı () Ön Lisans () Lisans () Yüksek Lisans ve üstü

34. Aylık maaşınız (Türk lirası olarak):

() 1.500'den az () 1.500-3.000 () 3.001-4.500 () 4.500'den fazla

35. Yeşim Tekstil'de çalışma süreniz:

() 1 yıldan az () 1-5 yıl () 6-10 yıl () 10 yıldan fazla

Anket tamamlanmıştır teşekkür ederiz.

ÖZGEÇMİŞ

BARBAROS SÖNMEZ / 0530 547 66 19

Doğum Tarihi : 29.04.1980

Doğum Yeri : Bursa

Uyruğu : T.C.

Medeni Hali : Bekar

Eğitim Durumu:

2014 -..... **Kocaeli Üniversitesi**

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yüksek Lisans Eğitimi (Tez Aşaması)

1998 - 2002 **Deniz Harp Okulu**

İletişim Mühendisliği Lisans Eğitimi

Yabancı Diller : İngilizce (İleri Seviye) - Boşnakça (Başlangıç Seviyesi)

Bilgisayar / Program Bilgisi : - Microsoft Windows Vista, 7

- Word - Excel

- Adobe Photoshop

Yayınlar:

- Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi, Ocak 2016, “Gözetim Toplumunun Günümüz Tüketim Dinamikleri Bağlamında Yorumlanması”