

**T.C
ŞIRNAK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANS ANABİLİM DALI**

**ULUSLARARASILAŞMADA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE
ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI: ŞIRNAK ÖRNEĞİ**

**Hazırlayan
İdris HACIOĞLU
(180451009)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ŞIRNAK-2021

T.C
ŞIRNAK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANS ANABİLİM DALI

ULUSLARARASILASHMADA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL
VATANDAŞLIK DAVRANIŞI: ŞIRNAK ÖRNEĞİ

Hazırlayan
İDRİS HACIOĞLU

DANISMAN
Doç. Dr. SÜREYYA ECE

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ŞIRNAK-2021

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans olarak gösterdiğimi belirtirim.

Tezi Hazırlayan

İDRİS HACIOĞLU

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde bilgi ve deneyimleriyle yol gösterici olan hiçbir zaman desteğini esirgemeyen ömrüm boyunca minnettar olacağım ve teşekkürlerin en büyüğünü hak eden çok değerli danışman hocam sayın Doç. Dr. Süreyya Ece' ye sonsuz şükranlarımı arz ediyorum.

Eğitim hayatım boyunca desteklerini esirgemeyen hiçbir zaman hakkını ödemeyeceğim Şehit Babam rahmetli Hacı ÜREK' e her daim duasında yer veren ve duasına muhtaç olduğum değerli annem Perihan ÜREK' e teşekkürü bir borç bilirim. Bu çalışma sürecinde ilham kaynağım olan sevgili eşim Fatma'ya ve baldan tatlı oğlum Hacı' ya hem sevgilerimi hem de teşekkürlerimi sunuyorum.

İdris HACIOĞLU

Şırnak, 2021

ULUSLARARASILAŞMADA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI: ŞIRNAK ÖRNEĞİ

İdris HACIOĞLU

Şırnak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Finans
Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi/2021

Danışman: Doç. Dr. Süreyya ECE

ÖZET

İşletmeler, toplumun ihtiyaçları doğrultusunda üretimde bulunurken sadece ekonomik sorumlulukları dikkate almaktaydı. Ancak zaman içerisinde işletmelerin ekonomik sorumluluk dışında başka sorumlulukları olduğu kabul edilmiştir. Bu sorumluluklar Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramı altında; ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluk olarak sınıflandırılmıştır. Uluslararası işletmeler göz önünde olduklarından KSS uygulamalarını ulusal işletmelere kıyasla daha çok önemsedikleri düşünülebilir. Ancak ulusal işletmeler de toplumla yakından ilişkili olduklarından KSS uygulamalarını önemseme gereği duyabilmektedir.

İşletmelerin varlığını sürdürebilmelerinde önemli bir diğer konu çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarıdır (ÖVD). Ulusal veya uluslararası işletmelerin başarılı olabilmeleri çalışanların ekstra rol davranışı sergilemesine bağlıdır.

Bu çalışmada işletmelerin uluslararasılaşmasında yöneticilerin KSS uygulamaları ve çalışanların ÖVD' lerinin etkili olup olmadığını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda Şırnak ilinde faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri ve çalışanlarıyla anket yapılmıştır. Yapılan analizlerde ulusal ve uluslararası işletme yöneticilerinin KSS uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ayrıca çalışanlar arasında da ÖVD açısından bir fark bulunamamıştır.

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

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR IN INTERNATIONALIZATION: ŞIRNAK CASE

Şırnak University, Graduate Education Institute, Department of International Trade and Finance

Master/2021

Supervizor: Assoc. Prof. Süreyya ECE

ABSTRACT

Business were producing in line with the needs of the society and only took into account economic responsibilities while producing. However, over time, it has been accepted that businesses have responsibilities to the state and society in addition to economic responsibility. These responsibilities are classified as economic responsibility, legal responsibility, ethical responsibility and voluntary responsibility under the concept of Corporate Social Responsibility. Since business operating in the international arena be in the lime light, it can be thought that they care more about CSR practices than national business. However, national business also need to care about CSR practices as they are more intertwined with the society.

Another important issue for businesses to survive is organizational citizenship behaviors of employees. In order for national and international businesses to be successful both economically and socially, it depends on the extra role behavior of the employees.

In this study, it is aimed to determine whether the CSR practices of the managers and the OCB of the employees are effective in the internationalization of the business. In this context, a survey was conducted with national and international business managers and employees operating in Şırnak province. In the analysis, no significant difference was found between the CSR practices of national and international business managers. In addition, there was no difference between the employees in terms of OCB.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Organizational Citizenship Behavior, Internationalization

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	i
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR	ix
 GİRİŞ	 1
2.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞA GENEL BİR BAKIŞ	3
2.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLUĞUN ÖNEMİ.....	9
2.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR... 12	
2.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BOYUTLARI	15
2.5.1. Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı	19
2.5.2. Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı	20
2.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLUĞUN SINIRLARI VE GENİŞLEYEN ALANI.....	21
2.6.1. Sosyal Sorumluluğunun Sınırları	21
2.6.2. Sosyal Sorumluluğun Genişleyen Alanı	23
2.7. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI	24
2.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN FAYDALARI VE RİSKLERİ	30
2.9. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ	33
2.9.1. Davis’ in Sosyal Sorumluluk Modeli	33
2.9.2. Ackerman’ ın Sosyal Duyarlılık Modeli	34
2.9.3. Sethi’nin Sosyal Sorumluluk Modeli	35
2.9.4. Carroll’ un Üç Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli.....	36
2.9.5. Sosyal Performans Modeli	36
2.9.6. Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli	37
2.9.7. Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli.....	38

2.10. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK STRATEJİLERİ	39
İKİNCİ BÖLÜM	41
2.1. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞA GENEL BİR BAKIŞ	41
2.2. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ ÖNEMİ.....	48
2.3. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI İLE İLGİLİ TEORİLERİ VE ARAŞTIRMALAR	49
2.4. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ BOYUTLARI.....	52
2.4.1 Özgencilik (Diğerlerini Düşünme, Diğergamlık).....	52
2.4.1. Vicdanlılık (İleri Görev Bilinci).....	53
2.4.2. Sportmenlik (Centilmenlik)	55
2.4.3. Nezaket (Nezaket Tabanlı Bilgilendirme).....	56
2.4.4. Sivil Erdem (Organizasyonun Gelişimine Destek Verme)	57
2.5.ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK İLE BENZER NİTELİKTE OLAN DAVRANIŞLAR	58
2.6. Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Sonuçları	59
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	63
3.1. LİTERATÜR TARAMASI.....	63
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	68
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	69
3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	70
SONUÇ VE ÖNERİLER	77
Kaynakça.....	83
EKLER.....	93

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğa İlişkin Tanımlamalar	5
Tablo 1.2. Tarihsel Açıdan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanında Öne Çıkan Konular.....	8
Tablo 1.3. Carroll’ un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi	15
Tablo 1.4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Lehinde ve Aleyhinde Görüşler	21
Tablo 1.5. Kurumsal Sosyal sorumluluk Alanları	25
Tablo 1.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İşletmeye ve Paydaşlarına Sağlayacağı Faydalar.....	30
Tablo 2.1. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Tanımları.....	42
Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin İstatistik	70
Tablo 3.2. Tanımlayıcı İstatistikler	71
Tablo 3.3. Ulusal ve Uluslararası İşletme Yöneticilerinin KSS Faaliyetlerine Yönelik T-Testi	72
Tablo 3.4. Ulusal ve Uluslararası İşletme Çalışanlarının ÖVD’ ye Yönelik T-Testi	74
Tablo 3.5. Hipotezlerin Desteklenme Durumu.....	79

KISALTMALAR

KSS : Kurumsal Sosyal Sorumluluk

ÖVD : Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

UNCTAD : Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı

WBCSD : Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi

Vd : Ve Diğerleri

Vb : Ve Benzeri



GİRİŞ

Küreselleşen yenedünya düzeninde, iletişimin, ulaşımın ve teknolojinin hızlı gelişip ilerlediği günümüzde mesafelerin birbirine yaklaşmasıyla insanlar arasındaki ilişkiler günden güne farklı boyutlara gelmektedir. Günümüzde insanlar birbirlerinden anlık haberdar olup ve dünyada yaşananları anında görüp, olumlu, olumsuz tepkiler veya eleştirilerde bulunabilmektedir. Durum böyle olunca toplum, dünyada saklı gizli bir şey kalmayacağını bilincindedir. Teknolojinin insanlığa sunmuş olduğu bu avantajlardan dolayı ülkeler, ulusal ve uluslararası işletmeler artık toplumdan herhangi bir şeyi gizlemeyeceğinin farkında olup bu yönde hareket etmektedirler.

Ulusal ve uluslararası işletmeler sosyal ve ekonomik fayda elde etmek için üretim faaliyetlerinde bulunurlar. Üretim faaliyetinde bulunurken doğal kaynaklar, çevre, doğa ve insanlar gibi bir takım faktörlerden yararlanmaktadırlar. İşletmeler üretim faaliyetleri sırasında bazı negatif dışsallıklara neden olabilmektedir. Bu dışsallıklar; uluslararası standartların dışına çıkılması, çevrenin kirlenmesi, doğanın ve yeşilin yok olması, insan sağlığının zarar görmesi şeklinde örneklendirilebilir. Toplum, bu gibi negatif dışsallıkların yaşanmaması ve gelecek nesillere yaşanılabilir bir dünya bırakmaları için işletmelerden sorumlu davranmaları konusunda baskı uygulanmaktadır. Durum böyle olunca toplum sosyal fayda talebinde bulunmaktadır. Bu baskıları göz önünde bulunduran işletmeler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle toplumun ve çevrenin talepleri doğrultusunda projeler sunmak için harekete geçerler.

KSS kavramı kurumlar için oldukça önemli bir kavramdır. Çünkü işletmeler sadece mal ve hizmet üreterek topluma ve çevreye sosyal fayda sağlamayacağının

fakındadırlar. Sosyal faydayı ancak KSS faaliyetleriyle tamamlayabilmektedir. KSS faaliyetlerini ön planda tutan kurumlar hem ekonomik fayda hem de sosyal fayda elde edebilmektedir. İnsanı, çevreyi ve doğayı merkeze alan işletmeler toplum tarafından tercih edilen ve saygı gösterilen işletmeler arasına girmektedir.

Ulusal ve uluslararası işletmeler için KSS ve ÖVD kavramının önemi oldukça büyüktür. Bu nedenle ister ulusal işletme olsun ister uluslararası işletmeler olsun KSS' yi ve ÖVD' leri önemsemektedirler. KSS' nin sorumlu olduğu diğer bir önemli alanda çalışanlarıdır. İşletmenin başarısı için çalışanlar oldukça önemli bir faktördür. Çalışanlar bu durumu örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyerek sağlar. ÖVD işletmenin kâr etmesi, gelişmesi, büyümesi ve süreklilik arz etmesinde önemli bir etkidir. Ulusal veya uluslararası işletmeler her zaman çalışanlardan istenilenin üzerinde bir performans sergilemesini beklemektedirler. Dolayısıyla ulusal ve uluslararası işletmeler bakımından ÖVD işletmeye sağladığı katkı oldukça yüksek olduğu düşünülmektedir.

Tez, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde KSS kavramının içeriği, gelişimi, alanları, boyutları, modelleri, faydaları ve riskleri incelenmiştir. İkinci bölümünde ise ÖVD kavramının içeriği, teorileri, boyutları ve sonuçları incelenmiştir. Son bölüm olan üçüncü bölümünde ise literatür taraması, araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, bulguları, sonuç ve öneriler incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

1.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞA GENEL BİR BAKIŞ

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) günden güne önem kazan bir kavram haline gelmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin firmalara, paydaşlarına ve tüketicilere çeşitli katkıları mevcuttur. Küreselleşmenin ve rekabetin hızla arttığı ortamda firmalar, rakiplerine karşı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle önemli avantaj sağlamaktadır. İşletmeler değişimin en önemli adımı olarak gördükleri “kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri”, gider bütçelerinin indirilmesi, verimliliğin yükseltilmesi, koymuş oldukları hedeflere daha kolay bütünleşmiş ve uyum göstermesi gibi avantajlar sağlanmasının yanında örgütlerin paydaşlarıyla iletişimini sağlamlaştıran en iyi etkileşim aracı olarak kullanılmaktadır (Sezgin, 2019: 21).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı genel kabul görmüş bir tanıma sahip olmamakla beraber, bu kavramın çeşitli kaynaklarda farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk ilk defa 1953’ te yayımlanan H.Bowen’ in “İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları (Social Responsibilities of the Businessman)” adlı kitabında yer edinmiştir. Bowen iş insanlarının, toplumun değerleri, hassasiyetleri ve amaçlarıyla kesişen sosyal sorumluluk faaliyetlerle alakadar olmalarını savunmuştur (Aktan ve Börü, 2007: 18).

Sosyal sorumluluk kavramı; “Bir ülkenin kaynaklarının topluma fayda sağlayacak şekilde kullanılmasını” ifade etmektedir (Çalışkan ve Ünüsan, 2011: 155). Sosyal sorumluluk, işletmenin ekonomik hareketlerinin ilgili tarafların (paydaşlar, iş görenler, tüketiciler ve bütün toplumun) hiç birinin çıkarlarına ve hassasiyetlerine aksi yönde dokunmadan yönetilmesidir (Dinçer, 1991: 73).

Avrupa Komisyonun tanıma göre sosyal sorumluluk; işletmelerin içinde bulundukları faaliyetlerdeki zaman içerisinde toplumsal ve çevresel durumları, fonksiyonlarına ve hissedarlarıyla olan etkileşimlerine istekli bir biçimde bütünleşmiş oldukları bir kavramdır (Balı ve Cinel, 2011: 46-60).

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) kurumsal sosyal sorumluluk kavramını işletmelerin bir toplumun talepleri ve amaçlarıyla ne kadar alakadar olduğu düzenlemesinden ele almaktadır. UNCTAD’ a göre bütün sosyal gruplar, kendi sosyal değişimleri ve inkılaplarıyla zamanı yeniden tasarlayabilmek için açık görevlerin ve fonksiyonların uygulamasını beklerler. İşletmeler veya birden fazla ülkede faaliyette bulunan firmalarla ilgili beklentiler, bu işletmelerin küreselleşen toplumda üstlendikleri görevlerin artmasıyla, hızlı bir değişime uğramaktadır. Bundan dolayı çokuluslu firmaların sosyal sorumluluk ilgili uygulamaları ve ilişkili tartışmalar küresel bir toplum geliştirme çabalarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (UNCTAD, 2020).

Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi (WBCSD) kurumsal sosyal sorumluluğu “iş görenlerle, aile fertleriyle, yerel toplumla ve yaşam standartlarını iyileştirmek için geniş anlamda toplumla birlikte çalışarak sürdürülebilir ekonomik gelişime katkıda bulunmak için işletmelerin yükümlülüğü” şeklinde tanımlama yapılarak konseyin ekonomik gelişime olan odaklanmasını yansıtmaktadır (Kotler ve Lee, 2006: 2-3).

Uluslararası Çalışma Örgütü’nün tanımına göre; kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), bir şirketin sosyal olarak kendisine, hissedarlarına ve kamuya hesap verebilir olmasını sağlayan, kendi kendini düzenleyen bir iş modelidir (Labour, 2019: 3).

Aktan ve Börü (2007)’ ye göre kurumsal sosyal sorumluluk kavramı herhangi bir kurumun içteki ve dıştaki çevresindeki tüm paydaşlarına karşı “etik” ve “sorumlu” hareket etmesi, bu doğrultuda kararlar ele alması ve faaliyette bulunmasıdır (Aktan ve Börü, 2007: 18).

Kurumsal sosyal sorumluluğun, gönüllü iş tatbikleri ve kurumsal kaynakların katkıları aracılığı ile toplumun refah ve kalkınma düzeyini iyileştirmek için katlanan bir sorumluluk olduğu ifade edilmiştir (Kotler ve Lee, 2006: 2-3).

KSS İşletmelerin kârlarına değer verdikleri kadar iş görenlerine, tüketicilerine, ortaklarına, rakiplerine, yasal iktidara ve topluma karşı sorumlu hareket etme gerekliliği, bu sorumluluğun sosyal, ekonomik, yasal, ahlâk ve hayırseverlik kapsamı içinde derleyen ve son dönemlerde önemi artan bir kavramdır (Demir ve Türkmen, 2014: 47-59).

KSS kavramına ilişkin yapılmış olan diğer tanımlar tablo 1 'de gösterilmiştir.

Tablo 1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluğa İlişkin Tanımlamalar

Yazar/Yılı	Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tanımı
Bowen (1953)	İşletmeler, toplumun ve çevrenin değerlerine uygun bir şekilde davranarak, buna karşılık herhangi bir fayda beklentisine girmeden gönüllük esasına uygun faaliyette bulunması
Federick (1960)	İşletmeler, kaynaklarını sadece kendi çıkarları için değil de toplumunda çıkarları için kullanılması
Friedman (1962)	İşletmeler yanılmadan, şeffaf ve serbest rekabet yürüterek ekonomik faydalarını en yüksek seviyeye çıkarması
Davis ve Blomstorm (1966)	İşletmelerin, tüm toplum düzenine uygun yaptığı yargı ve eylemlerinin etkilerini göz önünde bulundurarak davranması
Sethi (1975)	İşletmelerin, toplumun beklentilerini yerine getirmek için toplumun sosyal düzgülerine, değerlerine ve beklentilerine uygun bir şekilde davranışlar da bulunması
Carroll (1979)	Toplumun istediği ve işletmenin sunmuş olduğu ekonomik, yasal, etik ve hayırsever sorumluluğunun toplamı
Jones (1980)	Bir tek paydaşlarına yönelik değil toplumda işletmenin faaliyetlerinden etkilenen herkese yönelik uygulanması gereken bir sorumluluk olması
Wood (1991)	İşletmelerin toplumu ayrı ayrı değil de bir bütün olduğunun düşünülmesi
Baker (2003)	İşletmenin topluma faydasına uygun üretim aşamalarının oluşturulması

Kaynak: Akkoyunlu ve Kalyoncuoğlu, 2014: 129

KSS ile ilgili yapılan tanımların bu kadar çeşitli olmasının KSS tarihsel gelişiminden kaynaklandığı söylenebilir. Toplamların artan sosyal, ekonomik ve kültürel düzeyleri gelişimine bağlı olarak KSS kavramının zamanla farklı şekillerde tanımlama

yapıldığı görülmüştür. Buna bağlı olarak işletmelerde KSS kavramının değişen tanımlarına uygun faaliyetler gösterdikleri söylenilebilir.

Dünya ticareti 12. ve 18. yüzyıllar arasında kurumsal olmayan küçük ölçekli daha çok el emeğine dayanan, bilimsel temellerden uzak, talep üzerine üretim yapan küçük işletme ve ticarethanelerden oluşmaktaydı. Bu dönemde ticaret sorumluluk daha çok kişinin ahlâk anlayışına, dini inancı ve vicdanına göre şekillenmekteydi. Toplumsal normların ve kuralların temelinde din olduğu gibi alım-satım ve ticaret yaşamın da düzenleyici etkileri göstermekteydi. Bu döneminin koşullarından dolayı kurumsal sosyal sorumluktan bahsetmek mümkün değildir. (Aktan ve Börü, 2007: 22).

Endüstrileşmenin ve üretimin artmasıyla beraber insanlar yalnızca kendi ihtiyaçlarını gidermekle kalmayıp, ticaret ile birlikte toplumunda isteklerini karşılamaya başlamışlardır. 19. yüzyılın sonlarında meydana gelen bu gelişmeler sonucunda, hem Avrupa’da hem de Amerika’da sorumluluk bilinci oluşmaya başlamıştır. Sanayileşmenin artmasıyla ve makro ölçekli firmaların üretimde bulunmasıyla beraber sosyal sorumluluk alanı belirgin bir hal almıştır. Endüstride devleşen şirketler ve büyük aile işletmeleri de bu dönemde kurulmuştur. Bu tarihlerde, piyasada oluşan rekabete aykırı sabit fiyat uzlaşmaları gibi uygulamalardan dolayı kanunun yapıcılar tarafından işletmeler bir takım yasal düzenlemelere uymaya zorlamıştır. Bu şirketlerin faaliyetleri sonucunda gelişen ve kuruluşlarda da bir uygulama alanı bulan sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ilk başta, Amerika’daki bazı işletmelerin haksız rekabete neden olması ve bu yöndeki suçlanmalara maruz kalmasından dolayı ortaya çıktığı görülmektedir (Bayraktaroğlu, vd., 2014: 102).

Son yıllarda daha fazla ön plana çıkan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ilk 17.yy da İngiltere’de işletmelerin finansal değerlendirilmelerinde toplum yararına çalışması zorunluluğu ile köprü, eğitim kuruluşları, kanal inşaatı yapımları ile başlamıştır. 19. yy. da sanayi inkılabı ile beraber çocuk ve kadın işçilerin çalıştırılması tepkilere yol açmış; sendikaların baskısı ve kanunun yapıcıların çıkarmış oldukları kanunlarla şirketler çalışanların ve toplumun gereksinimlerine karşı daha sorumlu davranmak mecburiyetinde bırakılmıştır (Öztürk, 2009: 10).

Ekonominin hızlı ve hareketli olduğu 1900' lu yıllarda 1929 ekonomik kriziyle dev ekonomik buhran yaşanmıştır. Bu krizde Amerika'da dev şirketlerin çökmesi geride işsiz kitleler bırakmış ve bireylerin satın alma gücü dip seviyeye inmiştir. Bu büyük bulanım sonucunda kurumların çalışanlar ve ekonomi üzerindeki etkisi zayıflamış, iş dünyası ile Amerikan toplumu arasında kritik ilişkilerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu dönemde işletmelerin toplum arasındaki ilişkilerin yeniden inşası için kurumsal sosyal sorumluluk kavramı önem kazanmıştır (Ural, 2013: 63).

1960' lı yıllarda; iş gören hakları, asgari ücret, çevreye uygun üretim, tüketici hakları, sigortalı çalışma vb. birçok konu ele alınmış ve bu durumlarla alakalı pek çok öneri dile getirilmiştir. Ayrıca bu yıllarda sivil toplum örgütlerinin toplum içindeki rolü önem kazanmış, ırk ayrımı, kadın hakları gibi birçok konuda önemli adımlar atılmıştır. İşletmeler bu yıllarda ortaya çıkan değişimlere duyarsız kalmadan bazı uygulamalarını geliştirerek kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmışlardır. Bu dönem kurumsal sosyal sorumluluğun ne anlama geldiği, iş dünyası ve toplum için öneminin sorgulandığı bir dönemdir (Çelik, 2013: 13).

1980' li yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, çevre dostu projeler, geri dönüşüm, ihtiyaç sahiplerine maddi destek, toplum sağlığına hizmet gibi uygulamalar olmuştur. 1990'lı yıllarda ise küreselleşme ve özelleşmenin artmasıyla birlikte daha çok işletmelerin, uluslararası kuruluşların, kalite standartları ve karşılıklı kazanım kavramları, sosyal ve bilgi sağlama sorumlulukları önem kazanmıştır (Ural, 2013. 64).

Kurumsal sosyal sorumluluk uzun bir tarihe serüvenine sahiptir. KSS' nin tarihsel serüvenine bakıldığında birtakım nedenlerden dolayı ortaya çıktığı söylenebilir. Bunlar kısaca şu şekilde sıralanabilir (Vural ve Coşkun, 2011: 66):

- Devletin ekonomik yaşama karşı müdahalesi artmış ve bu müdahalelerin sonucunda iş insanlarının karşısına birtakım kısıtlamalar ortaya çıkmıştır.
- Kişilerin farklı örgütlere üye olması buna bağlı olarak örgütlerin gücü arttırılmıştır.
- Nüfusun yoğunluğunun artması beraber insanlar arasındaki sosyalleşme artmış ve yoğun nüfus artışı işsizlik sorununu artırmıştır.

- Toplumun demokratik ve insancıl eğilimlerin giderek güçlü hale gelmesi, kişiyi daha güçlü bir varlık konumuna getirmiştir. İnsan Hakları Bildirgesi ile kişinin siyasal ve toplumsal gücü yükselmiştir.
- Globalleşme ve uluslararasılaşmanın artması, toplumlar birbirleriyle olan uyumun artması, uluslararası ekonomik ve siyasi rekabetin yükselmesi, uluslar ve kurumların yönetiminde bazı değişiklikler ortaya çıkarmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tarihsel gelişimini yıl bazında Tablo 2'deki gibi özetlenebilir;

Tablo 1. 2. Tarihsel Açıdan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanında Öne Çıkan Konular

Yıllar	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanında Öne Çıkan Konular
1950	Toplum için zaruri mükellefiyetler
1960	İşletme ile toplum arasındaki bağlantılar
1970	Mahalle sorunları, ekonomik yaşam kalitesi yükseltmek, ekonomik sorumluluk, yasal sorumluluk, etik sorumluluk ve gönüllü sorumluluk
1980	Gönüllülük, ekonomik açıdan kârlı olma, yasalar uygun davranma, etik ve sosyal destek sağlama
1990	Paydaşların katılımı, çevre, insan ve kâr yönetimi
2000	Ekonomik kalkınma, etik davranış, vatandaşların yaşam kalitesinin iyileştirilmesi, insan hakları, işçi hakları, çevre koruma, yolsuzlukla mücadele, şeffaflık ve hesap verebilirlik

Kaynak: Taştan, 2019

Sosyal sorumluluk kavramı geçmişten günümüze, işletmeler ve paydaşları açısından çeşitli evrelerden geçerek, gelişimini devam ettirmektedir. Ekonomik ilişkilerde, sanayide, üretim faktörlerinde ve teknolojiye yaşanan değişim sosyal sorumluluk kavramının gelişiminde etkili olmaktadır (Taştan, 2019). Kurumsal sosyal sorumluluk aylayışı işletmelerin tarihsel gelişimine bağlı olarak değişiklikler göstermiştir. KSS faaliyetleri ilk tarihlerde toplum ile işletme arasındaki alanlarla sınırlıyken, KSS faaliyetlerinin tarihsel serüvende toplum ile işletme arasında daha geniş ve daha farklı alanlara yöneldiği görülmüştür. Bu durum hem KSS kavramının öneminin arttığı hem de toplumun kalkınma ve refah düzeyine bağlı olarak işletmelere olan ihtiyaç ve taleplerinin değiştiği söylenilebilir.

1.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLUĞUN ÖNEMİ

Kurumlar için sosyal sorumluluk kavramı sadece yasalara uygun faaliyette bulunmak ve saygı göstermek anlamı taşımamaktadır. Asıl amaç yasalara uymanın ötesinde topluma ve çevreye duyarlılık çerçevesinde işletmenin mal ve hizmetlerine yatırımda bulunmaktır. İşletmelere önem kazandıran sadece kaliteli mal ve hizmet sunmak değil, aynı zamanda sosyal sorumluluklarının farkında olup topluma ve çevreye kazandırdıkları değerlerdir. İşletmeler açısından kurumsal sosyal sorumluluk kavramı değer yaratma sürecidir. Çünkü çalışanlar artık inandıkları değerler uğruna ve yaşadıkları çevrenin gelişimine katkıda bulunmak amacıyla çalışmaktadır. Tüketiciler açısından ise sadece kaliteli mal ve hizmet almak yeterli ölçüt değildir. Tüketiciler artık mal ve hizmet aldıkları işletmelerin toplum için nasıl fayda sağladıklarını göz önünde bulundurmaktadır (Özgen, 2007: 1-6).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına önem veren işletmeler önemli kazanımlar elde etmektedir. Her şeyden önce şirketlerin marka ve piyasa değerini yükseltmektedir. Günümüz tüketicileri bir mal ve hizmeti satın alırken kaliteli olmasından ziyade, bu mal ve hizmeti üreten işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini değerlendirerek tercihte bulunurlar. 2003 yılında Amerika’da Auger ve arkadaşlarıyla beraber ele aldıkları araştırmada tüketicilerin etik kurallara uygun şekilde üretimi yapılmış (topluma saygılı, hayvanlar üzerinde denenmemiş) ürünleri tercih ettiklerini saptamıştır. Bu gibi davranışlar daha gelişmiş toplum düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk bilinci yüksek olan işletmeler farklı pazarlara açılmada ve müşteri sadakatini elde etme önemli avantajlar sağlamaktadır (Auger, vd., 2003).

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının ölçülmesi ve kurumların performansına etki gösterip göstermediği önemli bir araştırma konusudur. Kurumsal sosyal sorumlulukta hedef genellikle bu faaliyetlerden kâr elde etmek olarak değil de, topluma fayda sağlamak amacıyla yapmak duyarlılığında olunmasıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmeye yankıları uzun vadede kârlılık olarak geri dönecektir (İlic, 2010: 315).

Kurumsal sosyal sorumluluğun önem kazanmasında küreselleşme önemli bir yer tutmaktadır. Uluslararası ekonomik faaliyet yürüten kurumlar kurumsal sosyal

sorumluluk ölçütlerini ve sürdürülebilirlik stratejilerini dünyadaki faaliyetleri içerisine almak (stratejileri açıklamak ve raporlamak) için medya, hükümetler, çalışanlar, çevreci taraflar, insan hakları grupları, hükümet dışı gruplar tarafından gittikçe yüksek seviyede incelemektedir (Aktan ve Börü, 2007: 20).

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları işletmelerin büyümesinde etkili olabilir. Yerel ve ulusal düzeyde faaliyet gösteren işletmelerin toplumla iç içe yaşadığı göz önüne alındığından söz konusu işletmelerin en az büyük işletmeler kadar KSS faaliyetlerine önem verdikleri düşünülmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmeye müşteri çekme ve müşteri sadakatinin sağlanması işletmenin zamanla büyümesinin olumlu yönde etkiler ve büyüyen işletme de ulusal sınırların dışına çıkarak uluslararasılaşmaya başlar.

Kurumsal sosyal sorumluluk esasında bilgi sağlamaktır. Bu bağlamda çevreye, topluma, iş insanlarına ve diğer paydaşlara bilgi sağlamayı esas alır. İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini topluma açıklamak, bu doğrultuda yapılan faaliyetlerin içeriği ve gelişimi hakkında bilgi vermek zorundadır. Çünkü işletmelerin kendi devamlılıklarını sağlamaları şeffaf olmalarına ve yaptıkları faaliyetler hakkında hesap verebilme yeteneklerine, paydaşlar tarafından anlaşılabilmelerine, karşılaştırılabilmelerine bağlıdır (Şimşek, 2013: 10).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının temel ilkeleri şu şekilde sıralanabilir.

- Şeffaflık
- Hesap verebilirlik
- Sürdürülebilirlik

Şeffaflık: Karar aldıkları durumların nedenlerini açıklama zorunluluğu anlamını taşımaktadır. “Verdimse kendim verdim,” mantığı ile değil, neyin niçin yapıldığını şeffaf bir şekilde kamuoyu ile paylaşma yaklaşımının özümsemesi anlamına gelmektedir (Argüden, 2007: 43).

Şeffaflık kavramı genel anlamda, kurumların yürüttükleri faaliyetlerinin dış etkileri, kurumların raporlarıyla tespiti yapılabilir ve raporda yazılan durumlara ait gizli veya saklı bir şey olmamasını ifade eder (Aras, 2007: 2-7).

Şeffaflık, işletmelerin faaliyetlerinin dışsal etkilerinin anlaşıl hale gelmesi ve dış hissedarlara bilgi gücünün transfer edilmesi aşamasındaki sorumluluğun anlaşılması açısından önem arz etmektedir (Karacaer ve Bozkurt, 2010: 46).

İşletmelerin yürüttükleri faaliyetlerin gittikçe açık hale geldiği, bilginin ekonomik faaliyetleri şekillendirdiği bir zamanda diliminde yaşanmaktadır. İşletmeler bundan sonra doğruyu veya yanlış daha fazla saklayamamakta, yürütülen faaliyetler dijital kanallarla, modern bilgi ve iletişim teknolojileri ile tüm dünyada kısa bir zaman aralığında duyulur ve bilinir hale getirmektedir. Tüm bu durumlardan ötürü kurumların şeffaflıkla faaliyet göstermesine sevk etmektedir. Sonuç olarak, işletmeler ekonomik etkinliklerde sosyal sorumluluk mevzusunda duyarlı olmayan ve yürüttükleri etkinliklerle paydaşlara negatif dışsallık yükleyen işletmeler daha ihtiyatlı olmak zorundadırlar (Aktan ve Börü, 2007: 19).

Hesap verebilirlik: İşletmelerin kendilerini tahkikata ve araştırmaya açık tutmaları, sadece kendilerinin ve yakınlarının çıkarları değil, tüm toplumun çıkarları doğrultusunda hareket etmeleri konusunda düzenli bir şekilde hesap vermeleri gerekliliğidir. Bu şekilde hareket eden işletmelere olan güven artmasına sebebiyet verecektir (Argüden, 2007: 43).

Hesap vermek, bireyin veya kurumun etkinliklerinden ötürü yasal zorunluluklar nedeniyle ya da gönüllü bir şekilde yerine getirdiği bir vazifedir. İşletmeler bir tek finansal başarıları açısından değil, ekonomik, sosyal ve çevresel başarıları hakkında da hesap vermeleri gerektiği konusundaki beklentileri de karşılama zorunluluğundadır (Tokgöz ve Önce, 2009: 258). Hesap verebilen şirketler ulusal veya uluslararası işletmeler toplumun güvenini kazanmaktadır. Hesap verebilirlik kavramını önemseyen ve uygulayan işletmeler paydaşları tarafından daha çok tercih edilmektedir.

Sürdürülebilirlik: Çevreyi ve doğal kaynakları israf etmeden rasyonel yöntemlerle, hem bugünkü hem de gelecek nesillerin faydalarını göz önünde bulundurularak kullanılması, ekonomik gelişmenin sağlanması misyonuyla çevreci dünya görüşü biçiminde açıklanmaktadır (Bozlağan, 2010: 2012).

Sürdürülebilirlik tekrar üretilenlerden daha fazla kaynağın kullanılmamasını ifade etmektedir. Kuruluşlar yönünden sürdürülebilirlik, bir işletmenin uzun vadede gerçekten refah mı getirdiği, yoksa sadece tahrip mi ettiğinin ölçmesi olarak ifade

edilirken (Tokgöz ve Önce, 2009: 251), bu sorulara karşılık verilecek şekilde harekete geçmesidir. Sürdürülebilirliğin ölçümü ise, ne tür kaynakların işletmeler tarafından ne ölçüde tüketildiği ve bu belirlenen ölçüyle ilgili olarak kaynakların ne ölçüde yenilenebildiğidir (Aras, 2007: 2-7).

Sanayiinin gelişim göstermesine bağlı olarak doğanın ve çevrenin daha fazla kirlenmesi ve ekonomik kaynakların bilinçsizce kullanılması ciddi küresel problemler yaratmaktadır. Küresel soğuma ve küresel ısınma bu durumlar arasında sayılmaktadır. Dünyadaki doğal kaynaklar, nüfus artış hızı ve sanayileşme karşısında varlıkları savunmasız hale gelmektedir. Ekonomik etkinliklerinde kaynaklanan negatif etkilere dair artan endişe kurumsal sosyal sorumluluğun ne kadar önemli olduğunu ve önemsenmesi gerektirdiğini arttırmıştır (Aktan ve Börü, 2007: 20). Küreselleşme karşısında KSS faaliyetleri önemi daha artmaktadır. Hem ulusal hem de uluslararası işletmeler KSS faaliyetleriyle sürdürülebilir bir dünya için hareket etmektedir. Bu yönde hareket eden işletmeler toplum tarafından saygınlık görmektedir. Örneğin; çevreyi ve doğayı gözeten işletmeler toplum nezdinde saygın olan ve önemli görülen işletmeler olarak zihinlerde yer edinir, durum böyle olunca söz konusu işletmeler hem sosyal hem de ekonomik olarak önemli kazanımlar elde etmektedir.

1.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kapsamıyla ilgili birden çok terim vardır. Bu kavramlar kurumsal itibar, kurumsal hayırseverlik, paydaş, kurumsal iletişim, kurum etiği, sürdürülebilirlik, kurumsal vatandaşlık ve sponsorluk şeklinde ele alınmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha iyi anlaşılabilmesi bakımından bu terimlerin detaylı bir şekilde ele alınması gerekli görülmektedir.

Kurumsal İtibar: İtibar; bir kurumun ne faaliyette bulunduğu ve nasıl hareket ettiği ile ilgili zaman içinde oluşan algıları ifade etmektedir (Başçı ve Ertemel, 2015: 1-10). Sonuç olarak itibar; bir kurumun toplumun ve paydaşlarının zihninde bıraktığı olumlu izlenimlerin bütünü olarak tanımlanabilmektedir.

ABD’li Prof. Dr. Charles Fombrun 1996’ da kurumsal itibar; “İşletme ile ilgili bütün paydaşların edindiği algı” olarak tanımlamıştır. Kurumsal itibar farklı paydaş

gruplarının algısından oluşmakta olup bütün paydaşların algısını yansıtmaktadır. Kurumsal itibar tüm paydaşların bir işletme ile ilgili izlenimlerini kapsamaktadır (Bayar, 2018: 18).

Kurumsal hayırseverlik: Başkaları için elinden geleni yaparak, işletmenin hiçbir fayda veya karşılık beklemeden nakit veya benzer yardımlarını ifade etmektedir. Buna bağlı olarak hayırseverlik işletme kârının bir kısmının topluma geri dönüşü olarak değerlendirilmektedir (Balıkçıoğlu ve Karacaoğlu, 2007: 121-141).

Kurumsal hayırseverliği geleneksel ve stratejik hayırseverlik olmak üzere iki kavram şeklinde ele almak mümkündür. Bir örgüt penceresinden geleneksel hayırseverlik, herhangi bir neden olmaksızın topluma veya kurumlara yönelik gönüllü bir şekilde eylemde bulunurken, stratejik hayırseverlik ise aktif işleyiş ve personellerden daha çok verim elde etmek için stratejik hedefle araç-gereç veya eğitim gibi faaliyetlerin yapılması şeklinde ifade edilebilir (Balıkçıoğlu ve Karacaoğlu, 2007: 121-141).

Paydaş: Günümüzde işletmeler toplumu oluşturan birçok farklı kesimle ilişki kurmaktadır. İşletmelerin başarı elde etmesi bu farklı kesimlerle olan ilişkilerinin iyi yönetilmesine bağlıdır. Literatürde bu konuya açıklık getiren kavrama sosyal paydaş tanımıyla tanımlamaktadır (Aktan ve Börü, 2007).

Paydaş kavramı, Edward Freeman' ın (1984) Strategic Management: A Stakeholder Approach adlı kitabında geçmekte olup ve Freeman' ın yaptığı paydaş tanımlaması büyük kabul görmüştür. Freeman, paydaşı; kurumun başarısından etkilenen veya başarısını etkileyen bir grup veya kişi olarak ifade edilmektedir (Key, 1999: 317-328).

Paydaşlar farklı sınıflandırmalara ayrılmıştır. Bu sınıflandırmalardan ilki paydaşları iç ve dış paydaşlar olmak üzere ikiye ayıran yaklaşımdır. İç paydaşlar olarak tanımlananlar; işletmenin çalışanları, yöneticileri ve sahipleridir. Dış paydaşlar dış paydaşlar ise müşteriler, sendikalar, tedarikçiler, rakipler, distribütörler, hükümet ve yerel yönetimler olarak alınabilmektedir (Özalp, vd., 2001).

Kurumsal iletişim: bir örgütün devamlılığını sağlanması için örgüt içi ve örgüt dışı yapıyı meydana getiren gruplar arasındaki düşünce ve bilgi alışverişini sağlayan bağlantının ortak davranışlar, işaretler ve semboller sistemi yapılması sürecidir

(Canpolat, Vd., 2013). Örgütsel iletişim örgütün sürekliliği için ihtiyaç olan bilgi akışını sağlarken aynı zamanda örgütte ortak bir iletişim kanalının oluşmasını ve kültürün aktarılmasını sağlar (Taşçı ve Eroğlu, 2008: 26-34).

Kurumsal Etik: Etik herhangi bir insan topluluğunun alışılmış davranışları, gelenek ve görenekleri, kültürün özellikleri anlamını taşıyan yunanca “ethos” kelimesinden gelmektedir (Ertan, 1998: 125-139).

Kurumsal etik, hukuksal bir şekilde çalışanlarda aynı tür eylemlerin oluşturulmasını sağlayan, örgütün hedef kitle ve içinde bulundukları topluma karşı gerçekleştirmeleri gereken ve üstlendikleri hizmetleri gerçekleştirirken bazı toplumsal gerekliliklerin de üstlendiğini gösteren kurallar bütünüdür (Durkheim, 1986).

Kurumsal Sürdürülebilirlik: Bu kavram 1987 yılından beri yayına sunulan “Dünya ve Çevre Kalkınma Komisyonu Raporu” ile yayınlamaya başlamıştır. Bu rapor sonucunda gelecek nesillerin kendi taleplerini karşılayabilmeleri tehlikeye sokmadan bugünkü nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme şeklinde tanımlanır. Ayrıca bu raporda tüm dünya devletlerine sürdürülebilir kalkınmayı amaçlamaları için bazı ilkeler benimsenmiştir (Köktürk, 2002). Söz konusu ilkeler şunlardır:

- Büyümeyi canlandırmak,
- Sürdürülebilir bir nüfus düzeyi sağlama,
- Büyümenin kalitesini değiştirmek,
- Teknolojiyi yeniden biçimlendirmek ve teknolojik riskleri yönetmek,
- Karar almak için çevre ile ekonomiyi bir bütün olarak almak,
- Uluslararası iş birlikteliğini güçlendirmektir.

Kurumsal vatandaşlık: Yönetim faaliyetinde örgütlerin sosyal sorumlulukları üzerine durulan bir perspektifle, işletmelerin etkinlikleri sırasında bütün yasal, etik ve sosyal kurallara uyması aynı zamanda toplum ve örgütün etkileşimin gereği olarak kendisinden beklenenleri yerine getirmesini ifade eder (Auger, vd., 2003: 12). Kurumsal vatandaşlık bir örgütün içinde faaliyet gösterdiği toplumun önemli ve sorumlu bir üyesi olarak görevlerinin farkında olmasını ve bu görevleri kabul etmesini ifade eder (Bulduklu, 2015).

Sponsorluk: Örgütlerin çalışmalarının doğrudan bir parçası olarak yer almayan, fakat örgütün çeşitli etkinliklere katılarak nakdî ya da donanım yardımıyla bulunarak, örgütün ya da pazarlama amaçlarına ulaşılmanın arzulandığı, ticari bir kurum tarafından etkinliklere katkıda bulunulmasıdır (Üstünbaş, 2019: 50). Sponsor olan kişi veya kurum, sponsorluk yaptığı olaydan birtakım beklentiler içine girmektedir. Bu beklenti, kişilerin reklamlarda ürününü, markasını veya kurumu tanıtmalarını sağlamak şeklinde olabilir (Peltekoğlu, 1993).

1.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BOYUTLARI

Kurumsal sosyal sorumluluk dört temel boyutta şekillendirilmiştir. Yazında Carroll piramidi bilinen bu boyutlar, ekonomik sorumluluk, yasal sorumluluk, ahlaki (etik) sorumluluk ve hayırseverlik (gönüllülük) sorumluluktan meydana gelmektedir. Aşağıdaki şekilde söz konusu piramit gösterilmiştir:

Tablo 1. 3. Carroll’ un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Carroll’ a göre işletmelerin, doğal olarak kâr elde etmeleri nedeniyle, ilk olarak ekonomik sorumlulukları bulunmaktadır. İkincisi olarak, işletmelerin etkinliklerini yasal temel çerçevesinde yerine getirmeleri gerektiğinden, yasal sorumlulukları bulunmaktadır. İşletmeler, dürüst ve adaletli olanı yerine getirmeleri, zarar veren davranışlardan uzak durmaları gerektiğinden, ahlaki sorumlulukları piramidin

üçüncü basamağında yerini almaktadır. Piramidin son basamağında ise, paydaşların işletmelerden yerine getirmesini beklediği hayırseverlik (gönüllü) sorumlulukları yer almaktadır (Carrol, 1991: 41-43).

Ekonomik Sorumluluk: Bir işletmenin kuruluşunun temel amacı karlılık, üretkenlik ve sürekliliktir. Çünkü bir işletmenin kâr amacı gütmekten başka bir ifadeyle kâr elde etmeden varlığını sürdürmesi mümkün değildir.

Genel olarak işletmelere bakıldığında işletmeler, faaliyette bulunduğu topluma mal ve hizmet sunan ekonomik kuruluşlardır (Sezgin, 2019: 40). Toplumun en temel ekonomik birimleri olan işletmelerin toplumsal süreç içindeki görevleri, tüketicilerin isteklerini veya gereksinim duydukları mal ve hizmeti üretip, Ürettikleri mal ve/veya hizmet karşılığında makul bir kazanç elde etmektir (Carroll, 1999: 268-295).

Ekonomik sorumluluk; bir işletmenin üretken ve kazançlı olma mükellefiyetliğini ifade etmektedir. Kâr elde etmek, bir işletme için sosyal amaç sayılmazken, işletme ile ortak çıkarları olan bireyler için yüksek değer taşıyan bir konudur. Ayrıca işletmeler, toplumun istekleri doğrultusunda mal ve hizmet üreterek paydaşlarının kârlarını yüksek düzeyde tutmak durumundadırlar. Özetle ekonomik sorumluluğun içinde olması gereken faktörler; tüketicilere yönelik asıl değerinde mal ve hizmet üretmek, işletmeye yatırım yapanlara makul geri bildirimde bulunmak, yeni iş ve istihdam alanları yaratmak ve yeniliğe açık olmaktır (Ural, 2013: 66).

Ekonomik sorumluluk unsurları şunlardır:

- İşletmeler hisse başına düşecek pay kazanç miktarını yükseltmek
- Olduğunca en büyük kazancı yakalamak
- İşletmeyi rekabet edilebilir bir konuma getirmek.
- Yüksek bir çalışma etkinlik düzeyini yakalamak.
- İşletmeye kârlı sağlayarak başarıyı yakalamak. (İlic, 2010: 310-318).

Yasal Sorumluluk: İşletmeler faaliyetlerini yerine getirirken yasalara ve denetim usullerine uygun olarak faaliyette bulunması yasal sorumluluk olarak ifade edilir. Yasalara ve hukuki dayanaklara uymayan işletmelere, devlet yasalar çerçevesinde yaptırım uygulanır. Yasaların hukuki yaptırımını herkesi bağlar ve gerek gerçek gerekse de tüzel kişilerin yasalara uymayı sağlar.

Yasal sorumluluk unsurları şunlardır:

- Yasalara uymak ve beklentileri karşılamak
- Hukukî ve kurumsal düzenlemelere uygun hareket etmek.
- Kurum olarak bir vatandaşın yasalara uygun davrandığı gibi davranmak.
- İşletmenin başarılı olması için yasal düzenlemelere zamanında uymak.
- Asgari yasal düzenlemelere uygun mal ve hizmeti üretmek (Carroll, 1991: 41).

İşletmeler bir tek faaliyetleriyle ilgili olan yasal düzenlemelere değil ulusal veya uluslararası düzenlemelere de uymak durumundadır. Yasal sorumluluk, gizli el ve devletçi yaklaşımların benzerinde işletmelerin etkinliklerini yasalar uygun olarak davranması manasına gelmektedir (Halıcı, 2001: 15).

İşletmeler faaliyet yürüttükleri ülkenin hukuki kanunlarına uydukları gibi uluslararası bir takım yasalara da uymak durumundadırlar. Özellikle çok uluslu işletmeler faaliyette bulundukları toplumun gelenek göreneklerine, kanunlarına ve genel hassasiyetlerine uyma mecburiyetindedirler.

Etik Sorumluluk: Toplum için iyi veya kötünün farkına varabilme duygusu olarak tanımlanan etik, toplumsal hayatın bir parçası olarak hem sosyal yaşamda hem de bilimsel alanlarda da sıklıkla tartışılan ve önemsenmesi gereken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Ay ve Aytekin, 2005: 45-60).

Etik sorumluluk yasalarda yer almasa da toplumun işletmelere olan beklentileri doğrultusunda dürüst ve adaletli davranışları kapsamaktadır. Etik sorumlulukların kapsamında tüketicilerin, iş görenlerin, hissedarların ve toplumun hak ve adaletle dayalı algılamaları mevcuttur. İşletme bu algılamaları göz önüne alarak faaliyette bulunarak ekonomik hedefleri yerine getirmekle mükelleftir (Özarslan, 2006: 16).

Etik sorumluluk toplumdan topluma farklılık göstermesi mümkündür. Özellikle uluslararası işletmeler faaliyette bulundukları ülkenin etik davranışlarına ayak uydurmak mecburiyetindedir. Dolayısıyla uluslararası işletmeler bu doğrultuda ekonomik amaçlarını yerine getirmek durumundadırlar.

Etik sorumluluğun unsurları şunlardır:

- Sosyal değerler ve etik kurallara uygun hareket etmek.
- Toplumda yeniden ortaya çıkan ve gelişen standartları fark etmek ve aynı zamanda saygıda bulunmak.
- Örgütün hedeflerine ulaşmayı engelleyebilecek etik normlardan uzak durmak.
- Başarılı bir kurumsal yurttaş olmak için sosyal değerlere etik kurallarına uygun davranmak.
- Dürüst kurum olmak ve etik davranışta bulunmak için yasalara ve düzenlemelere zamanında uymak (Carrol, 1991: 41-43).

Hayırseverlik (Gönüllü) Sorumluluk: Hayırseverlik sorumluluk işletmelerin tamamen gönüllü olarak istekleri doğrultusunda gerçekleştirdikleri faaliyetlerdir. Bunlar yerine getirilmesi için ne emredilir, ne yasalarca zorunlu kılınır, ne de toplum tarafından herhangi bir şekilde ifade edilir (Özüpek, 2004: 79). Piramidin en üstünde gösterildiği gibi bu sorumlulukta amaç iyi bir vatandaş olarak işletmenin faaliyette bulunduğu ülkeye, topluma ve tüm dünyaya faydalı faaliyetlerde bulunmasıdır (İlic, 2010).

Bu sorumluluğun unsurları şunlardır:

- Toplumun hayırseverlik beklentilerine uygun hareket etmek.
- Sanatın gelişmesine ve desteklenmesine katkıda bulunmak.
- İş görenlerin ve yöneticilerin gönüllü ve toplumsal etkinliklerde bulunmak.
- Eğitimin faaliyetlerinin desteklenmesi ve toplumsal etkinliklere katkıda bulunurken temel amaç yaşam standartlarını artırmak (Carrol, 1991: 41-43).

Toplumun işletmelerden isteği iyi bir kurumsal yurttaş olmasıdır. Bu işletmelerin, toplumsal refahını sağlamak için etkin bir şekilde rol alması ve buna yönelik projelerle alakadar olması demektir. Gönüllülük faaliyetleri, işletmelerin maddi olanakları ile sanata, kültüre, eğitime, bireye veya topluma katkı sunmasıdır (Vural ve Coşkun, 2011: 74).

Hayırsever sorumluluklar, toplumun refahı ve gelişmesi için işletmelerin finansal kaynak ayırmalarıdır. Bu gibi faaliyetler içinde yer almayan işletmeler ise, herhangi bir yaptırıma maruz kalmazlar (Ural, 2013: 69).

1.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMLARI

Kurumsal sosyal sorumluluk kurumların toplum üzerindeki etkisinin artmasıyla önemi hızla artan bir kavram haline gelmiştir. KSS kurumların kurumsal sosyal sorumluluktan olan beklentileri ve ne anladığının cevabıdır (Sezgin, 2019: 36).

KSS amaçlarına yönelik olarak geliştirilen yaklaşımlar vardır. Söz konusu yaklaşımlar KSS amacının sadece kâr olduğunu söyleyen klasik ekonomik yaklaşım ile hem kâr hem de toplumun refahı olduğunu söyleyen modern ekonomik yaklaşım olmak üzere ikiye ayrılır.

1.5.1. Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Bu görüş kaynağını Adam Smith’ in “Ulusların Zenginliği” adlı eserinden almaktadır. Klasik görüş anlayışında, işletmelerin sorumlu olarak paydaşlarına ve sahiplerine daha fazla para kazandırmanın dışında herhangi bir kurumsal sosyal sorumluluklarının olmadığını ileri sürülmektedir. Smith, her bir işletme yöneticisinin ferdi olarak kendi menfaatlerinin peşinde koştuğunda girişimcilik, “Görünmez El” kavramı ile her kesime fayda sağlayarak toplumsal faydanın da artacağını dile getirmektedir (Top ve Öner, 2008: 95-108).

Klasik anlayışın en önemli temsilcilerinden olan Milton Friedman’ a göre; işletmelerin bir tek sosyal sorumluluğu kârını maksimum seviyeye çıkarmak ve bu şekilde topluma en iyi faydayı sağlayacağını dile getirmiştir (Başbuğ ve Örs, 2018: 23).

Klasik ekonomik düşünce, fiyat mekanizması ile üretim faktörlerinin akılcı bir şekilde oluşacaklarını, böylelikle toplum refahının arttırılabileceği savından yola çıkarak ekonomiye müdahalenin yersiz olduğu inancına varmıştır (Tenekecioğlu, 1977: 46-62).

Klasik görüşe göre her şey işletmenin inisiyatifinde düşünülmekte, durum böyle olunca toplum ikinci plana atılmaktadır. İşletmeyi esas alan klasik görüşe göre en iyi sosyal fayda işletmenin kendi ekonomik hedeflerini en etkin şekilde sağlamakla mümkündür. Klasik görüşlere göre şu hususlar söz konusu savları desteklemektedir:

- En yüksek seviyede kâr, toplumsal kaynakların en makul düzeyde kullandığını gösterir.
- İşletmeler ekonomik birimlerdir, sosyal hedefleri yerine getirirken birimler olarak düşünmezler.
- İşletmeler, bireysel ve toplumsal yaşam ile değer yargılarına hükmeden kuruluşlardır bundan ötürü çok fazla güç elde etmeleri kısıtlanmalıdır (Çam, 2010: 8).

Klasik yaklaşımda işletmenin maksimum kârı ile toplumun refahının doğru orantılı olduğu iddia edilmiştir. Bundan ötürü işletmelerin topluma yönelik olan sorumluluklarından uzak kalmıştır. Klasik yaklaşım ile toplum arasına bu denli mesafenin girmesi yeni yaklaşım arayışına girilmiştir.

1.5.2. Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı

Modern yaklaşım, klasik yaklaşımın işletme ile toplum arasındaki mesafenin artırdığı ve işletmenin yalnızlaşması gibi birtakım eksiklerinden ortaya çıkmıştır. Adam Smith'in öncüsü olduğu klasik yaklaşımın sosyal, ekonomik ve politik gibi sorunlarının ortaya çıkması ile işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının eksiklerinin bilincine varılmasıyla beraber KSS amaçlarına yönelik yeni arayışlar içine girilmiştir (Sezgin, 2019: 38). Bu arayışlar sonuncunda modern anlayış ortaya çıkmıştır.

Modern yaklaşım görüşüne göre işletmeler sosyal yaşamdan ayrı düşünilemeyen toplumla bütünleşmiş önemli kurumlaradır (Başbuğ ve Örs, 2018: 23).

Modern yaklaşımda işletmeler topluma karşı geniş kapsamlı bir sorumluluk içine girmiştir. Klasik yaklaşımın aksine işletmelerin, kârın yanında sosyal ekonomik ve politik vb. konularda da sorumlu olduğu dile getirilmiştir. Modern yaklaşımı savunan işletmeler asıl amacının sadece kar odaklı değil, aynı zamanda toplum refah düzeyi ve yaşam standartlarını korumak olduğunu açıklamıştır (Aktan ve Börü, 2007: 77).

İşletmelerin, sosyal sorumlu kuruluşlar olduğunu savunanlar sosyal sorumluluk kapsamında aşağıdaki hususlara dikkat çekmiştir.

- İşletmeler, toplumun birer parçası olduğundan sorunların çözümünde aktif rol oynamalıdır.

- İşletmeler sosyal problemlerin çözümünde yeterli kaynağa sahiptir fakat söz konusu kaynaklarını toplumun desteği ile kullanabilirler toplumun desteği olmadan kullanmaları zordur.
- Kısa zaman içerisinde çevreye ve topluma yatırım yapan işletmeler, uzun vadede kârını artırabilmektedir.
- İşletmelerin gönüllü olarak yerine getirmedeği faaliyetleri, devletler yasal zorlamalarla yerine getirebilmektedir (Şahin, 1996: 49).

1.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLUĞUN SINIRLARI VE GENİŞLEYEN ALANI

İçinde bulunduğumuz dönem itibariyle işletmelerin kâr amaçlı faaliyet göstermiş olsalar bile, işletme ve ile ilgili taraflara (paydaşlara) karşı olan sorumluluklarını yerine getirmektedir (Demir, 2013: 226).

Paydaşları işletme içi paydaşlar ve işletme dışı paydaşlar olmak üzere iki grupta ele almak mümkündür. İşletme içi paydaşlar; işletme sahipleri, hissedarlar, yöneticiler ve iş görenlerden meydana gelmektedir. İşletme dışı paydaşlar ise toplum, devlet, müşteriler, tedarikçiler, rakipler vb. Ulusal ve uluslararası taraflardan meydana gelmektedir (Doğan, 2007:16).

1.6.1. Sosyal Sorumluluğunun Sınırları

Günümüzde işletmelerden sosyal konulara karşı daha duyarlı davranmaları ve buna elverişli olarak faaliyette bulunmaları istenmektedir. Sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik hem destekleyici hem de eleştiren fikirler sürülmüştür. Bu destekleyici ve eleştirel görüşler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Kaşlı, 2011: 36).

Tablo 1. 4. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Lehinde ve Aleyhinde Görüşler

KSS Lehinde Görüşler	KSS Aleyhinde Görüşler
Kurumsal etkinliği sorumluluk ile dengede tutar	Ekonomik verimliliği ve kazancı azaltır.
Hükümetten doğan düzenlemeleri caydırır.	Rakiplerle olan eşitsizlikteki maliyeti artırır.
Uzun dönemde kârlılık yaratır.	Açık olmayan maliyetlerin paydaşlara yansımaya sebebiyet verir.
Paydaşların değişken istek ve ihtiyaçlarına cevap verir.	Gerekli sosyal yetenekleri konusunda eksiklikler meydana gelebilir.
İş kaynaklı meydana gelen sosyal sorunları düzeltir ve yeniden oluşmasının önüne geçer.	Sorumluluğu bireyler değil işletme üstlenir.

Kaynak: Kaşlı, 2011: 36

Kurumsal sosyal sorumluluk işletmelerin lehine olan görüşte sosyal ve ekonomik fayda sağladığını, toplumsal ve politik saygınlık elde ettiğini dile getirir. Topluma ve çevreye karşı sorumluluk içinde hareket etmesi işletmenin yararına olacağını belirtir. Aleyhine görüşlerde ise işletmelerin kâr marjını, verimliliğini ve etkinliğini düşürdüğünü belirtmektedir. Ayrıca sosyal sorumluluğunun yerine getirmesinde tek sorumlunun işletme olarak gösterilmesi, bu durumun işletmenin sosyal ve ekonomik faydasını olumsuz etkilediğini dile getirir. KSS faaliyetlerinin yerine getirilmesinde işletme dışında sadece işletmenin sorumluluğu olmayıp kamu gibi diğer kurumlarında sorumlu olması gerektiğini savunmaktadır.

Sosyal sorumluluk kavramının da bazı sınırları bulunmaktadır. Bu sınırlar şu şekildedir (Kaşlı, 2011: 36-38):

- Makul/uygunluk durumu,
- Maliyet,
- Etkinlik,
- Kapsam ve zorunluluk seviyesi.

Makul Uygun Olma: Sosyal sorumluluğunun işletme ile ilgili olup olmadığı, kurum için öneminin ne olduğunu, kuruma ne tür fayda sağlanacağını işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinde belirleyicidir. Yatırım için karar vericiler, sosyal sorumluluğa kaynak aktarırken ayrılan miktarın makul olma durumuna göre daha çabuk ikna olurlar. Yatırımcılar yaptıkları harcamalarının işletimleri için fayda sağlanmayacağı kanısına varırsa kaynak ayırmayacaklardır (Kaşlı, 2011: 36-38).

Maliyet Hesabı: işletmeler sosyal sorumluluk faaliyetleri için kaynak sağlarken yapmaları gereken işlemdir. Birtakım sosyal sorumluluk faaliyetleri yüksek maliyetli olabilir. İşte bu da sosyal sorumluluk faaliyetlerinin en önemli sınırlılığıdır. Maliyet ve fayda analizi yapıldıktan sonra sosyal sorumluluğa karar vermek daha doğru olacaktır. Sosyal sorumluluk faaliyetleri kararlarında maliyet hesabı önemli rol oynamaktadır (Kaşlı, 2011: 36-38)

Etkinlik: Sosyal sorumluluk faaliyetleri işletmelerin verimliliklerini ve rekabet güçlerini etkileyebilir. İşletmeler faaliyet yürüttükleri çevreye önemli faydalar sağlamaktadır. Bulundukları topluma ve çevreye sağladıkları faydalardan dolayı

zaman zaman zararlar karşı karşıya kalabilirler. Örneklendirilecek olursak A işletmesinin rakipleri, farklı yerdeki düşük işçi ücretleri, düşük vergiler gibi teşviklerden dolayı faaliyetlerini bu yerden taşıırken, A işletmesi, işletmesinin farklı alanlara taşınması durumunda bölgedeki işsizlik oranı yüksek seviyelere çıkacağından dolayı, demode olmuş altyapısını ve verimsiz faaliyetlerini devam etmek isteyebilir. Bu durum ilk başta, sosyal sorumlu kararlar alan işletmelerin, daha düşük maliyetli ve daha verimli olan rakipleri ile rekabet edememesi anlamına gelebilir. Fakat asıl önemli soru; hangi stratejiyi izleyen işletmelerin uzun vadede varlığını sürdüreceğidir (Kaşlı, 2011: 36-38).

Kapsam ve Zorluk Seviyesi: İşletmeler sosyal sorumluluk faaliyetlerinde birçok alanda aktif rol oynarlar. Fakat bazı alanlarda yetersiz kalabilmektedir. AIDS gibi sağlık sorunları, ozon tabakasına verilen zararlar, ırkçılık, cinsiyet ayrımcılığı, din düşmanlığı gibi pek çok çevresel ve toplumsal birtakım sosyal problemler, öylesine büyük, karmaşık ki, sosyal açıdan en köklü firma veya birçok firma beraber hareket etse bile çözülmesi oldukça güçtür. Hiçbir işletme tek başına toplumların bu uzun dönemli problemleri temelden çözmesini beklenemez. Bu gibi problemlerin çözümü için, işletmelerin, kamuoyunun, devletin, sivil toplum kuruluşlarının, uluslararası kuruluşların beraber hareket ederek çalışmaları gerekmektedir. Bundan dolayı işletmeler çözüm getirebilecekleri sorunlarla ilgilenerek sosyal sorumluluk çalışmalarını sürdürmektedir (Kaşlı, 2011: 36-38).

Tüm bu sınırlılıklara rağmen işletmeler sosyal sorumluluk alanını genişletmeye ve geliştirmeye devam etmektedir.

1.6.2. Sosyal Sorumluluğun Genişleyen Alanı

Sosyal sorumluluk, günden güne alanını ve kapsamını geliştiren, artıran bir kavramdır. Sosyal sorumluluk kavramı ilk dönemlerde işletmenin geleneksel sorumlulukları olarak kabul edilmekteydi. Geleneksel sosyal sorumluluk ise sorumluluğun daha çok ekonomik boyutunu barındırır. Sosyal sorumluluk kavramının genişleyen kapsamını üç aşamada ele almak mümkündür; başlangıçta temel ekonomik görevleri kapsarken sonrasında temel görevlerin neden olduğu sorumluluğu dâhil edilmiş ve daha sonraki aşamada ise sosyal sorunlarla ilgilenme sorumluluğunu kapsadığı görülmektedir (Peltekoğlu, 1993: 185-186).

Günümüzde sosyal sorumluluk alanı çok fazla genişlemiş durumdadır. Ekonomik sorunların dışında sosyal sorunlar da sorumluluk alanlarına dâhil edilmiştir. İşletmeler sosyal sorumluluk faaliyetlerine karar verirken halkla ilişkiler birimleri sosyal sorumluluk çevresinin nasıl belirleneceği konusunda çalışma yürütmektedir (Peltekoğlu, 1993: 185-186).

KSS kavramının bu denli yayılmasının bir nedeni de Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK) hızla artması ve büyümesi olarak gösterilebilir. İşletmeler sayıca fazla olan sivil toplum kuruluşları tarafından denetlendiklerini ve bu kuruluşların politikalarını etkilediklerinin bilincindedir. Şirketler, yapmış oldukları her faaliyette STK'lar tarafından herhangi bir akit yapmadan denetleme yapıldığının bilincindedir. STK'lar tarafından yaratılan kamuoyu baskısı şirketlerin bazı sorumlulukları yerine getirmelerine yol açmaktadır (Ateşoğlu ve Türker, 2010).

Toplumun bilinçlenmesi ve çevrelere karşı daha duyarlı olmaları sosyal sorumluluk alanında genişlemeyi zaruri kılmıştır. Tüketicilerin işletmelerden beklentileri, yasal zorunluluklar, sosyal sorumluluğun faydalarının görülmeye başlaması ve imaja yönelik faaliyetlerinin önem kazanması kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde artışa neden olmuştur. Bununla birlikte artan sorumluluk faaliyetleri sosyal sorumluluğun alanının büyümesine sebep olmuştur (İlic, 2010: 310-318).

1.7. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI

Ekonomi alanında bilgi sahibi kişiler 1960-1970 yıllarında işletmelerin toplumsal sorunların çözümünü için gerçekleştirecekleri sorumluluk faaliyetlerinin aslında ekonomik sistemi yok edeceğini dile getirmişlerdir. Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluk eleştirilerin odağı haline gelmiştir. Bu gibi eleştirilerin temelinde sosyal sorunların çözümünde yer almanın işletmeye birtakım maliyetlerin getireceği ve firmanın rekabet avantajına zarar vereceğine yönelik algılardan kaynaklanmaktadır. Fakat yapılan bazı çalışmalarla kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bu iddiaların doğru olmadığına kanısına varılmaktadır. Bu iddialarının aksine kurumsal sosyal faaliyetleri işletmelere faydalar sağladığı, sosyal ve ekonomik performans arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Aktan ve Börü, 2007: 18). Aşağıdaki tabloda işletmelerin sosyal sorumluluk alanları gösterilmiştir.

Tablo 1. 5. Kurumsal Sosyal sorumluluk Alanları

SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI					
Kurum İçi Sorumluluk					
Çalışanlara Karşı Sorumluluk			Hissedarlara ve Yöneticilere Karşı Sorumluluk		
Kurum Dışı Sorumluluk					
Tedarikçilere Karşı Sorumluluk	Rakipler Karşı Sorumluluk	Doğaya ve Ekolojik Çevreye Karşı Sorumluluk	Devlet Karşı sorumluluk	Tüketicilere Karşı Sorumluluk	Topluma Karşı Sorumluluk

Kaynak: Sezgin, 51: 2019

İşletmelerde sosyal sorumluluk alanları doğaya ve ekolojik çevreye olan sorumluluk tüketicilere karşı olan sorumluluklar, çalışanlara olan sorumluluklar, hissedarlara karşı olan sorumluluklar, tedarikçilere karşı olan sorumluluklar, rakip işletmelere karşı olan sorumluluklar ve devlete karşı olan sorumluluklar olarak sıralanabilir.

Doğaya ve Ekolojik karşı Olan Sorumluluklar: Ekoloji veya doğa bilimi, canlıların birbirleriyle ve çevresiyle kurdukları tüm ilişkileri inceleyen bilim dalı olarak tanımlanır. Dünya üzerindeki canlılardan olan insanın diğer canlılar ile arasında önemli bir fark bulunmaktadır. İnsan dışındaki tüm canlılar doğa ve bulunduğu çevreyle uyum sağlarken, insan ise doğal çevreyi kendi denetimine alabilir. İnsanın doğayı egemenliği altına alma mücadelesi sonucunda doğada birtakım sorunlar yaşanmaktadır. Tüm bu sorunların temelinde doğal kaynakların bilinçsizle kullanılması ve çevrenin kirletilmesi gibi sorunlar yaşanmaktadır (İşseveroğlu, 2001: 56-67).

Doğa odaklı bir perspektife sahip olan kişiler, ürün satın alırken o ürünü üreten işletmenin faaliyetleri sırasında doğa için zararlı olup olmadığı konusunda hassasiyet göstermektedirler. Dolayısıyla bu düşüncedeki kişiler, işletmelerin üretim çalışmalarında kıt kaynakları verimli kullanmamaları ve ürün ambalajlarının çevre dostu olmaması gibi çevreyi önemsemeyen hareketlerin içinde olması, söz konusu işletmelerin doğadaki problemleri arttırdığı algısı içinde olurlar ve bu işletmelerin ürünlerini tercih etmemektedirler (Bozkurt, vd., 2019).

İşletmelerin ekonomik faaliyetlerini yerine getirirken ilişki içinde oldukları toplumsal çevrenin ihtiyaçlarına duyarlılık göstermeleri önemlidir. İşletmeler faaliyetlerini yürütürken kullandıkları doğal kaynakları hassasiyetle kullanmalı ve

doğa kirliliğine karşı çok dikkatli ve duyarlı olmalıdır (Kalender ve Fidan, 2011: 271).

Ekolojik çevreye karşı bazı sorumluluklar şu şekilde sıralanabilir:

- Çevre kirliliğinin temizlenmesi ve bunun için önlem alınmasının sağlanması
- İşletmelerin topluma ve doğaya minimum zarar verecek pozisyonda olması
- Çevreye zararlı atıkların yine çevreye zarar vermeden ortadan kaldırılması
- Dünya çevre standartlarına uyulması (Sezgin, 2019: 38).

Tüketicilere Karşı Sorumluluklar: İşletmelerin faaliyetlerinin sürdürülmesinde tüketicilerin tercihleri ve ihtiyaçları önemli rol oynamaktadır. Tüketicilerin talepleri ve ihtiyaçları doğrultusunda faaliyet yürüten işletmeler hem yüksek kâr elde eder hem de toplumun kaynaklarını yerinde kullanmış olur. Kurumsal uygulamalar, fiyatlama, reklam ve ürünlerin performansı tüketicileri yakından etkilemektedir. Tüketiciler talep ettikleri ürünlerin fiyat ve kalitesinin yanı sıra çevre dostu olması da istemektedirler (Çelik, 2007: 61-68).

İşletmelerin tüketicilere karşı olan sorumlulukların birçoğu yasalalar, tüketici haklarını koruyan kanunlarla düzenlenmiştir. Tüketicileri en çok ilgilendiren işletme sorumluluğu mal ve hizmetin kalitesidir. Bununla alakalı bir takım düzenlemeler yapılmıştır (Bir, 2008: 93).

- İmalat ve tarım üzerindeki düzenlemeler
- Reklamcılık üzerindeki denetimler
- Etiketleme standartları
- Satış yöntemleri üzerindeki denetimler

Çalışanlara Karşı Sorumluluklar: Üretim faktörleri arasında kontrolü zor olan ve en önemli faktörlerden biri sayılan emek faktörünün çeşitli gereksinimleri zamanla dikkate alınmıştır. Tarihsel süreç içerisinde 19. yüzyılın ikinci yarısından günümüze kadar işçi-işveren ilişkileri çeşitli yasalarla düzenlenmiştir. İşletmenin içyapısı, insan onuruna uygun standartlar, adil ücret politikası, sağlıklı ve güvenli çalışma ortamı, asgari sayıda engelli ve eski hükümlülerin çalışmasının sağlanması, iş güvenliği sözleşmeleri toplumsal sorumluluğunun yerine getirilmesinin bir boyutunu oluşturmaktadır (İşseveroğlu, 2001: 56-67).

Günümüzde beklentiler, ilişkiler ve değerler gittikçe farklılık göstermekte, çalışanlar sadece ekonomik değerlerle tatmin olmamakta, çalışanlar daha çok manevi değerleri ön planda tutup çalışma motivasyonu yüksek olan, hem kedisine hem de ailesine zaman ayırabilecek şekilde, kendi gelişimini göz önünde bulundurarak çalışmayı tercih etmektedir. Çalışanlar beklentileri ve hedefleri doğrultusunda tatmin edilmediyse, onlardan yüksek motivasyon ve verimli bir performans beklemek güçsüzleşir. Bu nedenle çalışanların işletmelerden birtakım beklentileri şu şekilde sıralanabilir:

- İş sağlığı güvenliği sağlanmalı (çalışma ortamının sağlıklı ve güvenli olması)
- Liyakat ilkesinin uygulanması (kayıрма ve torpil olayının önüne geçilmesi)
- Aile yaşantısına ve değerlerine saygılı olunmalı (çalışanlarına din, dil, renk, cinsiyet ve siyasi farklılıklarından dolayı farklı muameleyle tabi tutulmaması)
- Çalışanların özel hayatına saygılı olunmalı
- Çalışanların iş motivasyonunun engelleyecek tüm durumlardan kaçınılmalı ve iş tatminini yükseltmek için çalışmalar yürütülmelidir (Özüpek, 2004: 62).

Hissedarlara ve Yöneticilere Karşı Sorumluluklar: İşletmelerin en önemli sorumluluğu yatırımcılarının kâr beklentisini karşılamaktır. Bununla beraber, kârlılığın yanında saydam olmak, işletme ile ilgili bilgileri açık bir şekilde paylaşmak işletmenin hissedarlarına karşı öncelikli sorumluluklarından biridir (Düren, 2002: 196).

İşletmelerin temel amacı insan talepleri doğrultusunda mal ve hizmetler üretmek ve be şekilde hem hissedarlarına hem de yöneticilerine kâr sağlamaktır (Arslan, 2018: 65).

Hissedarlar kâr beklentisinin yanı sıra, işletmenin sürekliliğinin sağlanması, topluma karşı sorumlulukların yerine getirilmesi, kalite ve nitelikten ödün vermeden mal ve hizmet üretilmesi, istihdam da sürekliliği kazandırması, yeni istihdam ortamının yaratılması, adil ve etkin bir ücret politikasının oluşturulması gibi beklentiler içine de olabilirler (Çelik, 2007: 69-70).

Devlete Karşı Sorumluluklar: İşletmelerin devlete karşı, iş olanakları oluşturma, yasalara uygun faaliyette bulunmak, vergileri geciktirmeden ve eksiksiz ödemek gibi sorumlulukları bulunmaktadır (Demir, 2013).

İşletmeler faaliyetlerini belirli bir yasal düzen içinde yürütmektedir. Devlet ise yaptırım gücü ile yasaları uygular ve düzeni sağlar (Cin, 2018: 202) .

İşletmeler ve devlet arasındaki ilişkide devlet, adil rekabet ortamını sağlayan, yasalara ve hukuki düzene aykırı davranışlara yaptırım uygulayan ve müdahale eden bir hakem konumundadır. Devletin çıkarmış oldukları birtakım kuralların işletmelerin stratejileri üzerinde büyük etkileri vardır. İşletmelerin; yeni iş imkânları yaratmak birtakım plân ve proje oluşturmak, vergileri zamanında ve eksiksiz ödenmesi gibi devlete karşı birtakım görevleri vardır (Düren, 2002: 197).

Rakiplere karşı Sorumluluklar: Günümüzde küreselleşmenin artmasıyla beraber ekonomide işletmeler arasında yoğun bir rekabet ortamı oluşmaktadır. İşletmelerin birbirleriyle rekabet ederken birbirlerine karşı bir takım sorumlulukları olup, bu sorumluluklar şu şekilde sıralanmıştır;

- Casusluk faaliyetlerinden kaçınılmalıdır.
- Gizli fiyat anlaşmaları içinde olmamalıdır.
- Rakip firmaların toplum ve çevre sağlığına zararlı olan faaliyetlerde bulunduklarında bu durumu yasal mercilere bildirmekten kaçınmamalıdır.
- Rakip firmaları aşağılayıcı ve karalayıcı tüm faaliyetlerden kaçınılmalıdır.
- Haksız rekabetten kaçınılmalıdır (Başer, 2015: 24).

Topluma Karşı Sorumluluklar: İşletme sorumlulukları arasında en geniş kapsamlı sorumluluk, işletmelerin topluma karşı sorumluluklarıdır. İşletmelerin ekonomik faaliyetlerin yerine getirirken, içinde bulundukları topluma karşı bazı sorumlulukları mevcuttur. Bu sorumlulukların başında toplumun ekonomik yaşamına katkıda ve ihtiyaç durumunda ulaşım, üst yapı ve alt yapı gibi devlet hizmetlerini üstlenmesi gösterilebilir (Sezgin, 2019: 53).

İşletmeler faaliyetleri nedeniyle toplumla bir bütünleşme içindedir. Toplum istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için işletmelere ihtiyaç duyarken, işletmeler de sürekliliğini korumak için topluma ihtiyaç duymaktadırlar. İşletmeler topluma mal ve hizmet sunarak üretici konumundayken, toplumda bu mal ve hizmeti kullanarak tüketici konumundadırlar. İşletmelerin büyümesinde ve gelişmesinden en önemli etken toplumdur. İşletmeler topluma karşı sorumlu oldukları bilincinde olmalı

gerekmektedir. Bu bilinçle hareket eden işletmeler toplum refahının artması, eğitim, sağlık ve kültürel etkinliklere katkıda bulunmakta toplum içindeki istihdam ve geçinememe sorunlarına karşılık kamu ve sivil toplum örgütleriyle beraber çalışmaktadır. Toplumun bilincine sahip işletmeler çoğu zaman istihdam ortamını kurarken, çoğu zamanda yaptıkları kampanyalarla farkındalık yaratmaktadır (Başer, 2015: 23).

Tedarikçilere Karşı Sorumlulukları: Tedarikçiler, işletmeye sadece mal veya hizmet sağlayan işletme çevresi ile sınırlı değildir. İşletmenin personel ihtiyacını sağlamak için nitelikli meslek okulları, sigorta hizmetlerini karşılayan işletmeler, nakit ve kredi sağlayan finans kuruluşları vb. işletme faaliyetlerinin yürütülmesine destek olan diğer işletme ve kurumlar da tedarikçiler kapsamına da değerlendirilmektedir (Çelik, 2013: 56).

İşletmelerin tedarikçilere karşı bazı sorumlulukları vardır. Bu sorumluluklar şöyle sıralanabilir;

- Fiyatlandırma, ruhsatlandırma ve satış hakları gibi tüm faaliyetlerinde adalet ve dürüstlikle davranması,
- Mal ve hizmet sağlayıcılarla uzun süreli ve istikrarlı ilişkinin sağlanması,
- Mal ve hizmet tedarik edenlere bilgi alış verişinde bulunmak ve onları planlama süreçlerine dâhil etmek,
- Mal veya hizmet tedarik edenlere ile yapılan ticarete zamanında oluşan şartlarda ödeme de bulunmak (Aktan ve Vural, 2007: 15).

KSS alanları işletmeleri yakından ilgilendiren alanlardır. Özellikle işletmeler topluma ve çevreye karşı önemli sorumluluklar üstlenmek durumundadır. Ulusal bir işletmenin uluslararasılaşması için sosyal sorumluluk alanların oldukça önem arz etmektedir. Bir işletme; çalışanlarına, hissedarlarına, rakiplerine, devlete, topluma ve ekolojik çevreye olan sosyal sorumluluklarını yerine getirdiğinde işletme hem ulusal hem de uluslararası arenada ekonomik ve sosyal faaliyetlerinde topluma güven aşılar ve bu durum işletmenin büyümesinde ve uluslararasılaşmasına katkı sağlar.

1.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN FAYDALARI VE RİSKLERİ

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının işletmeye getirdiği faydalara bakıldığında; sosyal kimlik oluşturma, rekabet avantajı sağlama, şirket bağlılığı yaratma, itibar elde etme ve markalaşma gibi konular sıralanabilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları işletmeye ekonomik fayda sağladığı gibi başka konularda da önemli faydalar sağlamaktadır. Aşağıdaki tabloda KSS uygulamalarının faydaları gösterilmiştir (Aktan ve Börü, 2007: 29).

Tablo 1. 6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun İşletmeye ve Paydaşlarına Sağlayacağı Faydalar

İşletmeye sağladığı Faydalar	
İşletme hisselerinde değerlendirme Saygınlıktaki artış Hassas yatırımcılara ve finansman kaynaklarına ulaşım Verimli risk yönetimi Kuruma karşı olumlu algı Kârdaki yükselme Toplumsal itibar	Vasıflı personeli etkileme ve işletmede tutma Kurumsal eğitim ve yaratıcılık Müşteri bağlılığı Uygulamalarda yeterlilik Farklı pazarlara açılma kolaylığı Verimlilik ve nitelik artışı Rakiplerle rekabet edebilme avantajı İşbirliklerin ilerlemesi
Paydaşlara Sağladığı Faydalar	
İşletme İçi Paydaşlara	İşletme Dışı Paydaşlara
Yöneticilere Özsaygı ve övünç duyma Motivasyon artışı sağlayacak insan kaynakları yöntemleri Etik hususunda bilinçli olma Ahlaki hareketlerle, iş görenlere karşı daha çok güven aşılama Yönelimlere uygun davranma İş görenlerin örgütün hedeflerini benimsemesini sağlama Yenilikçi ve yaratıcı fikirlerin meydana çıkarma	Müşterilere Doğru fiyat ve nitelikli mal Satın alma sürecinde bilgilendirme Taleplere uygun davranma Müşteri şikâyet ve önerilerini yönelik hareket etme Teşkilatlı olma Rakiplere Şeffaf bilgi sağlama ve mukayese etme Adaletli rekabet ve yanıltmayan reklam
Hissedarlara Bütün firma faaliyetlerine yatırımların artması Sosyal sorumluluk yatırım projelerine kolay fon temini İşletme değerindeki artış Sermaye teminindeki kolaylık İşletmeyle ilgili bilgilerin açıkça paylaşılması Sosyal performans ölçütü oluşturma	Tedarikçilere Fiyat ve ödeme şartlarında doğru olma Faaliyetlerine yardımcı olacak tedarikçilere finansal yardımda bulunma Topluma İnsan haklarının geliştirilmesi Sağlık, eğitim, sosyal ve kültürel alanlarına yatırım Kadın çocuk işgücünün sömürülmesine engel olma Sürdürülebilirliğe katkıda bulunma
Çalışanlara Çalışma ortamında güveni tesis etme Etkin insan kaynakları politikaları	Hükümete Kanunlara riayet etme, yolsuzlukla mücadele Kamusal alanlara yatırım, ekonomik ve sosyal

Konforlu çalışma koşulları sağlama Çalışma ortamında sorunları engelleme Örgütteki iletişim ve verimliliğin artması Fırsat eşitliği ve erişim hakları İşçi standartlarında iyileşme	sorunlara destekte bulunma İstihdam alanları sağlama Çevreye Doğa ve çevre kirliliğinin önüne geçmek ve azaltmak Tarihsel ve kültürel mirasın korunması Bitki örtüsünün, hayvan soyunun korunması Sağlıklı ve nezih üretim süreçleri, enerji tasarrufu, geri dönüşüm Eko-verimlilik Çevresel teknoloji kullanma
---	--

Kaynak: Aktan ve Börü, 2007: 30

Kurumsal sosyal sorumluluğun faydaları yaşanılabilir bir dünya için oldukça önemlidir. KSS işletmenin haklarından insan haklarına kadar, toplum ve çevre haklarından hayvan haklarına kadar oldukça geniş kapsamlıdır. Günümüzde gelişen teknoloji sayesinde artık toplumdan gizli ve saklı faaliyet yürütmek mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla işletmelerin KSS faaliyetleri toplum nezdinde önemli bir rol oynamaktadır. KSS faaliyetlerine önem veren ve bu faaliyetler için projeler geliştiren işletmeler yüksek düzeyde ekonomik ve sosyal faydayı elde eder ve işletmenin uluslararasılaşmasında önemli ölçüde mesafe alacağı düşünülmektedir.

Araştırmalar sonucunda işletmeye sağlanan faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Aktan ve Börü, 2007: 29)

- İşletmenin toplumsal saygınlığı artar ve kurum imajının değer kazanmasıyla marka değeri de artar.
- Sosyal sorumluluk projelerinde yer edinmek işletme çalışanları üzerinde yapıcı bir etki bırakarak hem çalışanların işletmeye olan bağlılıkları hem de nitelikli iş gücünün işletmeye yönelmesine katkıda bulunur.
- Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına önem veren şirketler borçlanma kolaylığı ve hisse senedi değerinin artmasını sağlar.
- Kurumsal sosyal sorumluluk işletmeye hem daha önce girmeyen pazarlara girme hem de müşteri sadakati sağlamada avantaj sağlar. Böylelikle işletmenin verimliliği ve kalitesi artarak, risk yönetimini daha etkin kullanma kolaylığı sağlar.

Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde samimiyetsiz veya yanıltıcı amaçlar güden işletme fark edildiğinde paydaşlar tarafından çok ağır bir şekilde cezalandırılır. Bu durumun işletmeye büyük bir itibar kaybına yol açmasının yanı sıra, işletmeye

maliyeti de ağır olabilmektedir. Örneğin; çocuk giyimi üzerine faaliyet gösteren bir firmanın, hem çocuklara yönelik şiddeti durdurma faaliyetlerin içinde yer alması hem de sağlığa zararlı ürün üretmesi ve iş yerinde düşük ücretle çocuk işçi çalıştırması firma için düzelmesi mümkün olmayan bir imaj kaybına uğramış olur. (Auger, Vd., 2003: 29).

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının işletmeye faydaları olduğu kadar işletmeye olumsuz yönde etkileyecek riskleri de olduğu da söylenebilmektedir. Bu riskler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kotler ve Lee, 2006: 241):

- Kurumun çabalarının şeffaflığı yok olabilir.
- Sosyal amaç ortakları ile iletişim zaman kaybına neden olabilir.
- Teşvik faaliyetlerinin harcamaları büyük miktarda olabilir.
- Personelin zamanı ve katılımı büyük miktarda olabilir.
- Gayretler işletme dışı işin erbabı kişiler gerektirebilir.
- Tüketiciler kurumun hedefleri ve mükellefiyetleri hakkında şüpheye düşebilir.
- Kaynak harcamalarını takip etmek ve bu kaynakları değerlendirmek güç ve külfetli olabilir.

İşletmeler KSS faaliyetlerini toplumla beraber yürüttüğünden örtülü yapması gereken durumlardan taviz vermek zorunda kalmaktadır. KSS faaliyetleri yüksek harcama gerektiren projeler olduğundan dolayı işletmeye külfetli olmaktadır. KSS faaliyetleri sıradan personelin yapabileceği faaliyetler olmadığından dolayı işletmeler KSS faaliyetlerini yürütebilmesi uzman personel istihdam etmek durumunda kalıp ve personel maliyetine katlanmaktadır. KSS projeleri zaman alan projeler olduğu için işletmeye büyük zaman kaybına neden olmaktadır.

Ayrıca sosyal faaliyetlerin maliyetlerinin, ürün yansıtılmasıyla ürünlerin fiyatları artar ve bu durum pazar kaybına sebebiyet vermiş olur. Sosyal faaliyetlerin uygulamalarını yerine getirebilmek için yeni insan gücüne ihtiyaç duyulabilir. İşletme sahipleri, ortakları veya yöneticilerinin sosyal konulara gereğinden fazla duyarlı davranmaları, örgütün amaçlarının dışına çıkmasına sebep olabilir. Bu gibi durumlar KSS' nin dezavantajları arasında sayılabilir. Ancak bütün bunlara rağmen KSS' nin faydalarının zararlarından çok daha fazla olduğunu gözden kaçırmamak

gerekir (Sert, 2012: 65-66). KSS faaliyetlerinden doğabilecek zararlar, işletmenin büyük ölçüde kontrol edeceği konulardır. Bu nedenle işletmelerin KSS faaliyetlerini iyi bir şekilde plânlamaları, bu faaliyetlerin neden olabileceği yukarıda sözü geçen zararların engellenmesini sağlayabilir.

1.9.KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

Sosyal sorumluluk kavramının tek bir tanım altında tanımlanmaması bu konuyla ilgili farklı modellerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. İlk dönemlerde sosyal sorumluluk kavramında işletmelerin ekonomik çıkarları ile orantılı olduğu görüşü hâkimdir. Bu görüş sosyal sorumluk faaliyetleri ile işletmelerin kâr amacının dışına çıkmasının toplumun refahını aksi yönde etkileyeceğini dile getirmiştir. Bu perspektiften bakıldığında çeşitli modellerin kullanıldığı görülmüştür. Bu gibi modellerin bazıları sosyal sorumluluğu tarihsel süreç içinde yorumlarken bazıları sosyal sorumluluğun faktörlerinden, bazıları da sosyal sorumluluk alanlarından yola çıkarak sosyal sorumluluğu açıklamaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk daha çok yönetim bilimcilerin tarafından araştırılmıştır. Bu nedenle ilgili modeller genellikle yönetim yönüyle ortaya çıkmıştır (Doğan, 2015: 36).

1.9.1. Davis' in Sosyal Sorumluluk Modeli

Bu model Keith Davis tarafından ortaya atılmıştır ve geliştirilmiştir. Bu model de işletmelerin sosyal sorumluk anlayışına dair geliştirmiş olduğu modeli hem toplumun yaşam standartlarını, hem de işletme çıkarlarını koruyan ve arttıran tedbirleri açıklamaktadır. Aynı zamanda işletme çıkarlarını koruyan ve arttıran tedbirleri niçin ve nasıl aldıklarını ve bu tedbirlere neden bağlı kalmak zorunda olduklarını beş ana varsayım ile açıklamaya çalışmıştır (Top ve Öner, 2008: 105).

Sosyal sorumluluk işletmelere emanet edilen sosyal güçten kaynaklanır: Bu sorumluluğun varsayımına göre, elinde güç bulunan işletmeler bu güçlerini topluma karşı sorumlu oldukları alanlarda kullanılmadıkları takdirde bu güçlerini kaybedecekleri ve uzun vadede varlıklarını elde tutamayacakları vurgusunu yapmıştır.

Toplumsal faaliyetlere açık olması (Açık iletişim): İşletmeler, toplumdan girdi almaya açık olan aynı zamanda toplumla olan faaliyetlerinde topluma bilgi sağlayan

iki uçlu ilişkide bulunan kurumlardır. Dolayısıyla işletmeler, toplumsal refahın artmak veya iyileştirmek içinde bulundukları faaliyetleriyle toplumsal çevrenin temsilcileriyle iletişim halinde olmak için çaba sarf etmelidirler.

Sosyal sorumluluklar kullanıcılar tarafından karşılanır: Bu varsayım işletmelerin yerine getirdikleri faaliyetler sonucu ortaya çıkan kâr ve toplumsal sorumlulukların ortaya çıkardığı maliyetlerin hesaplanması gerektiği ifade eder. İşletmelerin ürün veya hizmetin bütün toplumsal maliyetlerinin olumlu ve olumsuz yönlerini hesaplayıp gelecekte uygulayacakları toplumsal sosyal sorumluluk projeleri hakkında karar vermelidir.

Tüzel kişilik olarak işletmenin sosyal sorumlulukları: Toplumda ortaya çıkan herhangi bir sosyal sorunun işletmeleri doğrudan ilgilendirmedeği halde sahip oldukları uzman ve ekipmanlar aracılığıyla o sosyal sorunun çözümünde yardımcı olmaları gerekir. Başka bir ifadeyle işletmeler sorunların çözümünde birincil muhatap olmadığı halde tüzel kişilik olmalarından dolayı faaliyetlerinin dışında kalan sosyal sorumluluklarla alakadar olmaları gerekir.

1.9.2. Ackerman'ın Sosyal Duyarlılık Modeli

1973 yılında Ackerman tarafından geliştirilen sosyal duyarlılık modeli, işletmenin sosyal davranışlarının asıl amacının sorumluluktan ziyade duyarlılık (cevaplama ve karşılama) olması gerektiğini savunur. Sosyal Duyarlılık Modeli üç aşamadan meydana gelmektedir (Top ve Öner, 2008).

Sosyal Sorumlulukların Politika Aşaması: Bu modelin ilk aşamasında işletmenin sosyal sorunlar karşısında ne gibi bir duyarlılık içinden olması gerektiği ve nasıl bir davranışta bulunacağını gösteren aşamadır. Sosyal sorumlulukların politik aşamasında sosyal çevrenin beklentileri doğrultusunda karar vermeye çalışılmaktadır. İşletme sosyal bir sorunun varlığından haberi olduktan sonra, hiçbir gurubun etkisinde altında kalmadan ve işletmeye herhangi bir müdahale bulunmadan toplumun içinde olduğu sosyal sorun ile ilgili olarak işletmenin ele aldığı politikalar konusunda yazılı ve sözlü bir rapor oluşturmaktadır. İşletmenin karar vericileri tarafından geliştirilen sosyal sorumluluk politikaları, artık işletmeler tarafından izlenecek sosyal sorumluluk faaliyetleri için öncülük görevi üstlenmektedir.

Sosyal Sorumlulukların Öğrenme Aşaması: Bu aşamada işletme toplumun sosyal sorunlarını öğrenmek için bu sorunların incelenmesinde ve çözülmesinde işletmenin uzman personellerin yararlanılması veya dışardan danışmanlar atayarak konun hassasiyetlerini ortaya koymaya çalışmaktadır. İşletme bu şekilde sosyal sorunların belirlenmesi hususunda plân, projeler ve raporlar hazırlayarak sosyal sorumluluğunu öğrenmeye gayret göstermektedir.

Sosyal Sorumlulukların Örgütsel Yükümlülük Aşaması: Bu son aşama ise işletmelerin sosyal sorumluluklarının hayata geçirilme aşamasıdır. Başka bir ifadeyle işletmenin ele aldığı kararlar çerçevesinde belirlenen sosyal politikaların kurumsallaşmasıdır. Bundan evvel ki iki aşamasında öğrenilen politika, usul ve yöntemler, olayın doğal bir parçası olarak ele alınmalı ve işletme faaliyetlerinin her aşamasında bulunanlar tarafından öncelikli olarak kabul görerek yerine getirilmesi sağlanmalıdır.

1.9.3. Sethi'nin Sosyal Sorumluluk Modeli

Suresh Sethi tarafından ele alınan ve geliştirilen sosyal sorumluluk modelinde KSS, sosyal yükümlülük, sosyal sorumluluk ve sosyal duyarlılık olmak üzere üç yaklaşım adı altında ele alınmaktadır. Ele alınan bu üç yaklaşımın her biri, sosyal sorumluluk faaliyetlerini uygulanması açısından işletmelerin farklı tutumlardaki davranışlarını kapsamaktadır. Bu yaklaşımlar şunlardır (Pusak, 2014: 26);

Sosyal Yükümlülük Yaklaşımı: Bu yaklaşım da işletmeler ekonomik hedefleri olan kurumlar olarak görmektedir. İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetini ise esas olarak hâlihazırdaki yasalara uyarlamaktadır.

Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı: Bu yaklaşım da işletmelerin hem ekonomik amaçları olan hem de toplumsal amaçlara sahip olan kurumlar olarak da görmektedir.

Sosyal Duyarlılık Yaklaşımı: Bu son yaklaşım da ise işletmelerin hem ekonomik hem toplumsal hedefleri olan hem de olası sosyal problemlerin oluşmadan önce fark eden ve bu sosyal sorunları ortaya çıkmasını engellemek gibi faal çalışmalarda bulunma yükümlülüklerini ifade etmektedir.

1.9.4. Carroll' un Üç Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli

Archie B. Carroll' un sosyal gereksinimlerin karşılanması adına belirlediği üç boyutlu sosyal sorumluluk modelinin hipotezleri şunlardır (Top ve Öner, 2008: 107);

Sosyal sorumluluk için reaksiyon göstermek: Toplum tarafından gelen istekler doğrultusunda işletmeler sorumlu davranışlarda bulunur. Örneğin; engelli bireylerin işletmede çalışması için gerekli düzenlemelerin yapılması ve bunu sosyal sorumluluk olarak görülmesidir.

Sosyal sorumluluk için savunmada kalmak: İşletme herhangi bir toplumsal problemle karşılaştığı zaman öncelikle göstereceği tutum savunmada kalmaktır. Fakat sosyal sorumluluklarını yerine getirilmesi hususunda, toplumla uzlaşmaya zorlanmadan önce işletmenin karar merciinde bulunan kişiler sosyal sorunla ilgilenmeye başlayabilmektedir.

Sosyal sorumlulukları çözmek: Toplumun işletmeye karşı olabilecek tepkisinden önce işletmenin toplumsal sorunların çözümüne yönelik bir çabada bulunması ve bu sorunların sorumluluk olarak kabul edilmesidir.

Geleceğe yönelik sosyal sorumluluk faaliyetleri: İşletme, toplumsal problemlerin üstesinden gelebileceğini inandığı, daha önce tanımlanmamış ve fark edilmemiş sosyal sorunları araştırma konusu yaparak, bu sorunların çözümü hususunda sosyal sorumluluk projeleri sunmaya çalışmaktadır.

1.9.5. Sosyal Performans Modeli

Bu modelde sosyal performans kavramı üzerinde durulmakta ve kurumun toplumun değişen talep ve beklentilerini ele alarak bu talep ve beklentilerine uygun bir şekilde cevap vermek için sistemli bir şekilde bu sosyal sorunlara uygun çözüm geliştirmesi gerektiğine değinilmektedir. Bu modelde, sosyal sorumluluk amaç, uygulama ve strateji olmak üzere üç aşamada değinilmektedir (Özüpek, 2004: 80):

Modelin birinci aşamasında sosyal sorumluluk kavramının tanımı yapılmaktadır. Bu tanıma göre sosyal sorumluluk toplumun işletmelerden olan tüm beklentilerini kapsamaktadır. Modelin bu aşamasında önceden kabul edilen ekonomik, yasal, ahlaki nitelikli beklentilerinin dışında işletmelerin kendilerini anlatma şeklinin de

eklendiği görünür hale gelmektedir. Bu modeli kabul edenler için ekonominin gittikçe şekle büründüğü, çalışma yaşantısında sorumluluklarının arttığı, işletmelerin menfaatleriyle beraber toplumun menfaatlerinin göz önünde bulundurarak toplum refahını iyileştirme ve geliştirmede önemli bir etkiye sahip olduğu düşünülmekte ve bu, yöneticinin kendi rolünü kavraması olarak göstermektedir. İşletmenin söz sahipleri sosyal sorumlulukta meydana gelen değişkenlikleri göz önünde bulundurarak işletme yönetimi için mal ve hizmet üretimi kararlarını oluşturmalarını önerinde bulunmaktadır. Bu nedenle ekonomik, yasal ve ahlaki sorumlulukları bütünleştiren gerçek anlayışın farkına varacağına inanılmaktadır.

Modelin ikinci aşaması sosyal sorumluluğun uygulama alanlarının ortaya koymasıyla ilgilidir. İşletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk alanları geniş bir yelpazeye sahiptir. Bu yelpaze işletmelerin ekonomik kaynakların etkili kullanımdan iş ahlakına, kâr getirme yüzdesinden ücret politikasına, nitelikli mal ve hizmet üretiminden çocuklar için kreş açmaya, ücretlendirmeden devlete vergi ödemeye kadar birçok konuyu kapsamaktadır. Diğer bir tabirle; işletme, hissedar, alıcı, iş gören, devlet vb. tarafların her birini alakadar eden konu ve çizgileri dikkate alarak işletmenin başarıya gücüne ve sosyal başarıya fayda sağlamalıdır.

Modelin son aşaması olan üçüncü aşamasında işletmelerin sosyal sorumluluk stratejilerini nasıl tayin edeceğini belirlemektedir. Bu bağlamda strateji, organizasyon misyon ve amaçlarını yerine getirmek için çevreyle ilişki içinde olma durumundadır. Bu ilişki aracılığıyla, yeni davranışların geliştirilmesi, yeni yaklaşımların öğrenilmesini, yeni politika ve eylem programların planlanmasını sağlar. Bu nedenle işletmeler sosyal sorumluluk stratejilerini belirlerken, karşı karşıya kaldıkları sorunların çözümü için nasıl bir turum içinde olması gerektiğini ortaya koymaktadır.

1.9.6. Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli

Ackerman' ın da değindiği şekilde işletmeler sosyal sorun karşısında uygun şekilde gecikmeli olarak reaksiyon göstermektedirler. En süratli reaksiyonda bulunan işletme bile tepkinin en son aşaması olan üçüncü aşamasına sekiz yılda varabilmektedir. 1960'lı yılların sonlarına kadar birden çok sosyal muhalefet ve hükümet tarafından işletmelerin yönlendirilmesiyle işletmenin ancak sosyal sorunlarla alakadar

olabileceği sonucunu ortaya çıkarmıştır. İşletmenin duyarlılığı kavramına yönelik yaklaşımın ilk sonuçlanmış raporlarından birini ortaya koyan, Lee Preston ve James Post modelde işletme ve toplumun iki farklı şekilde birbirini etkilediğini savunmasında bulunmaktadır; (Özüpek, 2004: 41-42)

1. İşletmenin Birincil İlişkileri: İşletme ile paydaşlar, borç sağlayanlar, iş görenler ve müşteriler gibi Pazar eğilimli olanlar ile aralarındaki etkileşimdir.

2. İşletmenin İkincil İlişkileri: Herhangi bir sosyal probleme neden olduğunda bir işletme ile yasal ve etik gibi toplumun pazar eğilimli olmayan tarafları arasındaki ilişkiler boyutunda bu etkileşim meydana gelmiştir.

Birincil ve ikincil araştırma sonucuna göre, hem pazarla ilgili hem de pazarla ilgili olmayan ilişkilerin sınırlarını hükümet ve kamuoyu karar vermektedir. Yöneticiler herhangi bir sosyal sorunla karşı karşıya kaldıklarında sadece kendi yargılarını dikkate almamaları gerekmektedir. Mevcut yasaları hukuki kararları, yetkili kurumları ve kamuoyunu da yargılarını dikkate almak durumundadır. Bu şekliyle bütünsel sosyal sorumluluk modeli Ackerman'ın sosyal duyarlılık modelinin devamı ve tamamlayıcısı konumundadır.

1.9.7. Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli

Bu modelde sosyal sorumluluğu gelişim süreci çerçevesinde değinmekte ve sosyal sorumluluğun üç aşamadan meydana geldiğini belirtmektedir. Bu aşamalar şunlardır (Bayrak, 2001: 105);

- Kârı Maksimize Etme Yönetimi
- Mütevelli Yönetimi
- Yaşam Kalitesi Yönetimi' dir.

Kârı Maksimize Etme Yönetimi: Modelin ilk aşamasını oluşturmaktadır. İşletmenin yasal sınırlılıkları içerisinde hedefi yüksek kâr elde etmektir. Bu anlayış 19.yy ve 20.yy da geçerliliğini korumuştur. Bu dönemde batı toplumların içinde oldukları ekonomik buhran sonucunda tek amaç ekonomik büyüme olmuştur. Bu yaklaşım da işletmenin en önemli hedefi kârı maksimum seviyeye çıkarmaktır. İşletme bu şekilde sosyal sorumluluğunu yerine getirdiğine inanmaktadır.

Mütevelli Yönetimi: 1920-1930 yılları arasında toplumun ve kurumların yapısal reformların geçirdiği dönemi temsil etmektedir. Bu dönemde işletmenin tek amacının kârını maksimize etmek olmadığına değinilmiştir. Dolayısıyla bu yaklaşım işletmenin toplumun beklentilerine duyarlı olması ve ilişki içinde olması gerektiğini savunmuştur. Bu aşama toplumun ve kurumların yapısal bir değişim geçirdiği dönemini dile getirmektedir.

Yaşam Kalitesi Yönetimi: Bu aşama toplumdaki sosyal hedeflerin değişimini dikkate alan bir yaklaşımdır. Bu aşamada daha çok toplumun yaşam standartlarını, kirliliğin önlenmesi, toplumsal anlaşmalar, doğal yapının korunması, iş güvenliği, tüketicilerin alım seviyelerinin yükseltilmesi gibi pek çok sorunun çözüm beklentilerini ele almaktadır. Yaşam kalitesi yönetimi aşaması, kârı maksimum seviyeye çıkarma ile mütevelli yönetimi aşamalarında ortaya atılan işletme sorumluluklarının tamamlayıcısı olmuştur.

1.10. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK STRATEJİLERİ

Sosyal sorumluluk stratejisi, işletmelerin herhangi bir sosyal sorumluluk kararlarıyla karşı karşıya kaldıkları zaman vermiş oldukları yanıt olarak tanımlanır. Yönetim çevreleri işletmelerin sosyal bir konuyla karşılaştığında işletmelerin nasıl yanıtlaması gerektiği stratejilere ilişkin bir ölçek geliştirmişlerdir (Bakırtaş, 2005: 38).

Engelleyici Strateji: Engelleyici stratejiye sahip olan işletmeler, Sosyal sorumluluk davranışlarında bulunmamayı tercih etmektedirler. Engelleyici stratejiye sahip olan işletmeler sosyal talepleri benimsemezler. Bu stratejiye sahip işletmeler genel olarak görülen yasal ve ahlaki davranışları reddetmekle beraber, işletme paydaşları ve toplumun bu türdeki sosyal sorumluluğa aykırı davranışlarını öğrenmesini engellemek için uygulamalarda yer almaktadır (Ural, 2013: 88).

Korucuyu Strateji: İşletmelerin ahlaki olarak davranışta bulunup bu yönde faaliyette bulundukları görülmektedir. Bu stratejiyi uygun hareket eden yöneticiler yasal düzenlemelere sıkı sıkıya bağlı kalıp, yasalar çerçevesinde davranış sergilemiş olurlar. Fakat, yasal düzenlemelerde belirtilenin dışında sosyal sorumluluk eğilimine sahip değildirler. Bu stratejiyi tatbik eden yöneticiler çalışanlarına yasal çerçevede davranmayı ve diğerlerine zarar vermemeyi garanti altına almaktadır. Ancak ahlaki

tercihlerini yerine getirirken, kendi paydaşlarının çıkarlarını diğer paydaşların çıkarlarının önünde olmasına dikkat ederler (Bakırtaş, 2005: 39).

Uyumlaştırıcı (Yardımsever) Strateji: Bu stratejiye sahip olan işletmeler, topluma karşı olan sorumluluklarının farkında olup bu yönde hareket ederler. Bu stratejide işletme kendi menfaatleri ile paydaşlar arasında bir uyumluluk ve anlaşma sağlama gayreti görülmektedir (Ural, 2013: 89).

Aktivist Strateji: Bu strateji ile hareket eden işletmeler, sosyal sorumluluk konusunda duyarlı ve farklı paydaşlarının taleplerini öğrenmek için çalışma içinde olması gerektiğini düşünürler. Bu stratejide işletmeler, hem kendi çıkarlarını hem de diğer paydaşların çıkarlarını karşılamak için organizasyonun kaynaklarından faydalanılmasını savunur (Bakırtaş, 2005: 41).

İKİNCİ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI

Rekabet hızla arttığı günümüz dünyasında örgütler etkinliğini ve verimliliğini arttırmak aynı zamanda sürekliliğini sağlamasında, resmi iş tanımlamalarının dışında ekstra davranış sergileyebilen ve örgütlerine salt fayda sağlamayı amaçlayan iş görenlere ihtiyaç duymaktadırlar. Böylelikle örgütler daha fazla verim alabilmekte ve rakabet avantajı elde edebilmektedir. Bu kapsamda iş görenlerin performansına etki eden ve işletme performansını arttıran örgütsel vatandaşlık davranışı ekstra rol davranışları örgütler önemli rol haline gelmektedir (Erken, 2010: 3)

2.1. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI GENEL BİR BAKIŞ

Günümüz muasır milletlerde teşkilatlanma zorunlu bir ihtiyaç şekline gelmiştir. Yaşamımızda önemli yer edinen örgütler sosyal canlılar gibi önümüze çıkmaktadır. Hanelerde, eğitim kurumlarında, sağlık kurumlarında, yargı kurumlarında, çalışma ortamın da ve alış verişte hatta çevremizde legal olmayan organize suç örgütlerinde veya uluslararası terör ve suç gruplarında bile örgütlenme olduğu görülmüştür. Örgütler olumlu ve olumsuz faaliyetlerde bulundukları gibi formal ve informal olarak da ortaya çıkabilmektedirler (Ayvaz, 2012: 30).

Örgüt, belli bir plan ve program çerçevesinde yetki ve sorumluluk aşaması içerisinde, gizli veya açık hedefler doğrultusunda amaçlarını hayata geçirilmek için birden fazla insanın bir araya gelerek insan faaliyetlerinin makul koordinasyonudur (Öge, 2001: 132-143).

Örgütsel vatandaşlık davranışı (ÖVD) ilk defa 1930'lu yıllarda Bernard tarafından çalışılan bir kavramdır. İlk defa kavramlaştıran ise 1983 yılından Dennis ORGAN

olarak bilinmektedir. Organ ve arkadaşları örgütsel vatandaşlık davranışı konusunda çalışmalarda bulunmuşlardır. ÖVD doğrudan olmayan veya ödüllendirilme amacı ile yapılmayan ve tamamıyla örgütün etkinliğini artıran ve gönüllü olarak yapılan bir kişisel harekettir. Örgütsel vatandaşlık davranışları emir komuta çerçevesinde şekillenmeyen, örgütsel faydayı ön planda tutan, herhangi bir sınırlandırılma olmayan, bununla birlikte şikâyet ve yakınma gibi istenmeyen davranışları azaltan, işi zamanında bitirme, yeniliklere açık olma ve herhangi bir beklenti içerisinde olmadan mesai arkadaşlarına gönüllü olarak yardım etme gibi davranışları barındırır (Ünüvar, 2006: 177).

ÖVD başlangıçta teori olarak yazılmıştır. İlk yıllarda çok etkili olmamasına rağmen ileriki yıllarda yazılan bu teori hızlı bir gelişim sağlamıştır. ÖVD geniş bir davranış alanına sahiptir. Bu alanlar insan kaynakları yönetimi, pazarlama, sağlık kurumları yönetimi, iletişim psikolojisi, endüstri ve iş ilişkileri, stratejik yönetim, uluslararası yönetim, askeri psikoloji, iktisat ve liderlik gibi birçok alanı kapsamaktadır (Acar, 2006: 1-14).

ÖVD kavramı ile ilgili literatürde birden fazla tanımlama mevcuttur. Bu tanımlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir;

Tablo 2.1. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Tanımları

Yazar ve Yılı	Tanımlaması
Bernard, 1938	İşbirliği yapma istekliliği, ekstra rol davranışı
Goldner, 1960	Kendilerine yardım edenlere karşılıklı esası
Katz, 1964	Biçimsel rol performansı ile yaratıcı spontane davranışlar arasındaki fark
Blau, 1964	“Sosyal Mübadele Kuramı” Zamanlaması ve niteliği gönüllük esasına dayalı karşılıklı ilişkiler
Katz ve Kahn, 1993	Örgütlerin işleyişi ve etkinlikleri için bireysel davranışlar
Bateman ve Organ, 1983	İyi asker Sendromu
Brief ve Motowidlo, 1986	Prososyal örgütsel davranışlar
Organ, 1988	Yardımcı olma, inisiyatif kullanma, daha çok çalışma, daha az izin
Graham, 1991	İtaat, sadakat, katılım
Snake, 1991	Biçimsel olarak ödüllendirilmeyen ekstra rol davranışı
Dyne vd., 1995	Karşılık beklemeksizin yapılan davranışlar
George ve Jones, 1997	İşletme yaşamının sürgit kılınmasında önemli ve yararlı teklifte bulunma
Turnipspeed ve	Başkalarının hatasını aramama

Murkinson, 1996	
Greenberg ve Baron, 2000	İstenenden daha fazlasını yapılması
Ryan, 2001	Örgütün etkin çalışmasında bireysel davranış
Daft ve Neo, 2003	Başkalarını toplantılarda güdüleme
Özdevecioğlu, 2003	Yüksek enerjisi ile katkıda bulunmaya niyetlenme
Sabuncuoğlu be Tüz, 2005	Örgütsel etkinliği kolaylaştıran yardımseverlik ve gönüllü davranışlar
Begüm, 2005	Örgüt kurallarına tam uyum
Kark, Waismel, 2005	Kritik konularda fikir söyleme, geçici sıkıntılara tahammül etme
Organ vd., 2006	Mevcut rollerin ötesindeki ekstra rol davranışları
Basım ve Şeşen, 2006	Örgüte karşı zarardan kaçınma
Demirci, 2008	Kabul edilebilir nitelikteki gönüllü davranış

Kaynak: Boz, 2018: 6

ÖVD, örgüt içindeki olumsuz davranışlardan sakınarak çalışanların bilgi düzeylerini, becerilerini bir bağlılık içerisinde örgütün verimliliği ve performansını yükseltmeyi hedeflenmektedir. Tablo 7’deki tanımlamaları özetlersek; ÖVD örgütün kurallarına uymak, istenmeyen davranışlardan kaçınmak, istenilenden fazlasını gönüllü olarak yapmak, itaat ve sadakat içinde örgüt için olumlu davranışlar ortaya koymaktır.

Örgütsel vatandaşlık davranışına etki eden birden fazla faktör mevcuttur. Literatürde en çok çalışılan bazı faktörler; örgüte bağlılık, kişinin ruhsal durumu, kişilik özellikleri, işe karşı tutum ve iş tatmini, örgütsel adalet, işin özellikleri, ihtiyaçlar, liderin özellikleri ve buna bağlı olarak örgüte güven, kıdem ve hiyerarşik düzeyi, örgütün özellikleri, örgütsel vizyon, karar katılım ve kişi örgüt bütünleşmesi gibi şeklinde sıralanabilir. Bu etkenler çalışanları güçlü kılar ve karar süreçlerine katılımı sağlar. Bununla beraber söz konusu etkenler, örgüt içinde yaşanan anlaşmazlıkları aza indirir, sosyal düzenin kurulması ve devam etmesinin kolaylaştırır, çalışanların performansını ve etkinliğini artırır.

Örgüte Bağlılık: O'Reilly ve Chapman (1986) yaptıkları çalışmada örgüte bağlılığın örgütsel özdeşleme ve hedefleri içselleştirme düzeylerinin örgütün çıkarına rol gereklerini aşan vatandaşlık davranışları gösterilmesine sebebiyet verdiğini saptamıştır (Kamer, 2001: 14). Örgütsel bağlılığın özdeşleşme boyutu; bireyin, örgüt içindeki diğer kişilere karşı yakınlık göstermesi, içselleştirme boyutu ise; kişinin,

örgütsel hedef ve değerleri kabul etmesi, örgüte karşı adanmışlık göstermesini ifade etmektedir (Balay, 2000: 13).

Organ (1990) ÖVD ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki kişinin bağlılığı ne şekilde anlamlandırdığına göre değişiklik gösterdiğini saptamıştır. Eğer kişi örgütsel bağlılığı bir davranış, niyet, tutum veya nedensel etkileşim olarak algılsa, o zaman söz konusu kişinin örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme olasılığı yüksektir. Steers, Mowday ve Porter bağlılığı örgütte kalmayı isteme, örgütsel hedef ve değerleri kabullenme ve örgütün amaç ve çıkarları doğrultusunda gayrette bulunma olarak ifade ederek, hem bir davranış hem de bir plan içermekte olduğunu belirtmiştir (Kamer, 2001: 14-15).

Kişinin Ruhsal Durumu (Moral): Smith, Organ ve Near (1983) sosyal ve psikoloji alanında yaptıkları araştırmalara göre, olumlu ruhsal kişilik özelliklere sahip kişilerin daha çok örgütsel vatandaşlık davranışları gösterdiklerini saptamıştır. İş görenlerin olumlu ruh halleri sağlandığı durumlarda bireylerin diğerkâmlık davranışında artma olduğunu aksi durumda azaldığını göstermiştir. Aguino (1995) tarafından yapılan araştırmalara göre olumlu ruh halleri bireyin iş tatminini arttırarak örgütsel vatandaşlık davranışlarına neden olduğunu belirtmiştir (Kamer, 2001: 16).

Kişinin ruhsal durumu örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişkili çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Çalışanların morali yüksek olduğunda örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemede motive oldukları belirtilmiştir.

Kişilik Özellikleri: Smith, Organ ve Near (1983); bireylerin örgüte olan bağlılıkları ve ortak değerlere dayalı ilişkileri kurmadaki kapasiteleri ve algıları farklılık gösterir. Dışadönük özelliği olan bireyler sosyal çevrelerine duyarlılık gösterir ve örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeye daha yatkındırlar. Nevrotik (kişisel bozukluk sorunları) özellikler taşıyan bireyler ise kendi endişe sorunlarıyla meşgul olduklarından, başka bireylerin sorunları ve örgütün gerekleriyle ilgilenmek için gerekli duygusallığa sahip olmadıkları için örgütsel vatandaşlık davranışı gösterememektedirler (Kamer, 2001: 16-17).

İşe Karşı Tutum ve İş Tatmini: İş tatmini yalın haliyle, çalışanın işine yönelik sergilediği genel davranıştır. Bu davranışlar normal veya anormal olabileceğinden, iş

tatmini bireyin iş tecrübeleri sonucunda ortaya çıkan olumlu ruh hali, olumsuz davranışı ise işten tatmin olmadığıdır (Erdoğan, 1996).

Van Dyne, Graham ve Dienesch (1994) araştırmalarına göre, örgütsel tatmin ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi en iyi “karşılıklılık” ilkesiyle açıklanabilmektedir. Karşılıklılık ölçütüne göre kişiler, kendilerine iyiliği dokunanlara karşılık verme meyillidirler. Birey işinden duyduğu etki olumlu ise yani iş tatmini yüksekse, bireyin hissettiği bu etkiyi hem etrafına hem de iş arkadaşlarına yansıtarak, bu olumlu izlenim doğrultusunda yardımsever davranmaya itmektedir (Kamer, 2001: 15).

Örgütsel Adalet: Schnake (1991); bireylerin adalet ile ilgili düşünceleri, örgütteki sosyal karşılaştırmalara, verilen vaatlere, geçmiş deneyimlere ve ne denli olması gerektiği inançlarına dayalı olduğunu gösterir. Adaletsizlik veya eşitsizlik olduğunu düşünen kişiler, görevleri dışından gönüllük davranışlarda bulunmazken, adaletin olduğunu düşen bireyler ise gönüllü davranışlar gösterirler (Kamer, 2001: 18). Örgütsel adaletsizlik olduğunu düşünen kişi, şekli iş tanımında değişen vazifeleri gereği uygulamadığı takdirde şekli ödüllerden mahrum kalabileceğinin farkında olduğu için örgütsel vatandaşlık davranışlarından caymaktadır (İşbaşı, 2000: 84).

İşin Özellikleri: Smith, Organ ve Near’ a göre (1983) çalışma ortamında karşılıklı görev bağımlılığı olan gruplar ile karşılıklı görev bağımlılığı gruplara daha büyük örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme çabasında olurlar. Van Dyne, Graham ve Dienesch (1994) ile Farh, Podsakoff ve Organ’a (1990) göre; iş görenlerin yaptıkları işi anlamlı bulmaları ve işlerinde geri bildirim ve özerklik, olduğunu düşünceleri motivasyonlarını arttıracaklarını ve bu özelliklerin iş görenlerin örgütsel bağlılığını yükselteceğini savunmuşlardır. Başka bir ifade ile iş görenler yaptıkları işten tatmin olurlarsa ve işlerinde ger-bildirim varsa daha fazla düzeyde örgütsel vatandaşlık davranışını göstereceklerini belirtmektedir (Kamer, 2001: 19).

İhtiyaçlar: Schnake’ ya göre (1991) kişilerin belirli bir halde hareket etmeye yönelen tamamıyla içten gelen bir davranışla meydana gelen bir takım gereksinimleri bulunmaktadır. İnsanların davranışını şekillendiren gereksinimlerden olan, sosyal kabul ihtiyacının ve başarıma ihtiyacının kişilerde rol gereklerini aşan davranışlarda bulunmasına sebebiyet vereceği tespit edilmiştir (Kamer, 2001: 17).

Liderin Özellikleri : Podsakoff, MacKenzie ve Bommer (1996); liderin davranışlarının astlarına rol gereklerinin üstünde davranışta bulunmalarında büyük etkisi olduğu saptanmıştır. Smith, Organ, ve Near (1983); lider beraber çalıştığı çalışanlara yardımda bulunması ve rehber olması lider bakımından bir vatandaşlık davranışı sayılacağı gibi, çalışanlara yaptığı bu yardım ve destek olması gereken davranış tipi olduğu imasında bulunmaktadır. Bu şekilde lider yanında çalışanlarına da vatandaşlık davranışı göstermelerine yol açacaktır (Kamer, 2001: 20).

Lider kendi altında çalışanlara göstermiş olduğu olumlu hal ve hareketlerle, çalışanlar üzerinde hem rol model olmayı hem de örnek bir etki yaratmış başarmış olur. İş görenlerde buna bağlı olarak vatandaşlık davranışı göstermiş olurlar.

Kıdem ve Hiyerarşik Düzey: Van Dyne, Graham ve Dienesch (1994); örgütte uzun süre çalışan bireyler, örgüt ile aralarında yüksek aidiyet duygusu ve kuvvetli bir bağlar oluşmakta, görevlerini yerine getirirken yüksek özgüven duygusu içerisinde olurlar. Aynı zamanda bu iş görenler örgüte karşı olumlu tutum ve hareketlerde bulunma olasılıkları da daha büyüktür (Kamer, 2001: 20).

Morrison'a göre (1994), iş görenin tecrübesinin artmasıyla beraber işverene olan inanç ve bağlılık duygusu artmaktadır. Bu duruma bağlı olarak iş gören yüksek sorumluluk duygusuyla daha fazla aktiviteyi rol kapsamında algılayarak örgütsel vatandaşlık davranışlarını göstermektedir (Kaplan, 2011: 59).

Örgütün Özellikleri: Van Dyne, Graham ve Dienesch'a göre (1994) iş görenler, örgütlerinin kaliteli mal ve hizmetlere önemsemiş olduğunu ve değer verdiğini inancını taşıdıkları zaman, yüksek kaliteye neden olacak davranışları bulunma olasılıkları yükselecektir. Katılıma önem verdiğini düşünürlerse, bağlanma ve katılımcı vatandaşlık davranışları da yükselecektir. Yenilikçiliğe önem verdiklerini düşünürlerse, yenilikçi ve değişim odaklı fikirlere karşı istekli olurlar. İşbirliğine önem verdiklerini düşünürlerse, işbirliği içerisindeki davranışları vurgulayacaklardır (Kamer, 2001: 21).

Örgütsel Vizyon: Vizyon, bir örgütün belli amaç ve hedeflerinin bütününe ifade etmektedir. İş görenlere geniş görüşlülük imkânı sunmak onları daha fazla çalışmalarını sağlamak yönünde rehber olmaktır. Belli bir vizyona büründüğünü düşünen iş gören ise daha çok iş görme eğilimi sergilemektedir. Yöneticilik görevini

ifa edenlerin büyük bir kısmı, vizyonların, iş görenleri güçlendirdiğini artan taleplerle üstesinden gelme güçlerine güç kattığını düşünmektedirler (Balay, 2000: 80).

Vizyon; içinde bulunduğu çağdan geçmişi göz önünde bulundurarak, geleceğin belirsizliğinin kavranması, düşünerek ve paydaşlarla bölüşecek köprüler oluşturarak örgütsel hayata ve düzeni anlamlandırmaktır. Vizyon, gelecekte biz kendimizi nerde görmek istiyoruz felsefesinin tüm paydaşlarca içselleştirilmesini sağlama sürecidir (Boz, 2017).

Karar Katılım: Öğretmenlerin şartlara uygun kararlar vermesinde etkili olma eğilimleridir. Bu kararlar sonucunda öğretmenlerin kendi isteği, anlayışı ve duygularından dolayı başarı için daha çok emek sarf etmesine sebebiyet vermektedir. Karara katılım sağlayan ve çalıştığı okulda daha etkili olan öğretmen uzun vadede örgüte bağlılık duygusu içinde örgütsel vatandaşlık davranışını daha çok göstermektedir. Dolayısıyla karara katılımın yüksek olduğu okullardaki öğretmenlerin daha yüksek seviyede özsaygı ve çalıştığı kurumu sahiplenme duygusu yaşadığı, buna bağlı olarak öğrencileriyle daha sağlıklı ilişkiler içinde oldukları ortaya çıkmıştır (Balay, 2000: 88).

Kişi Örgüt Bütünleşmesi: Örgüt içindeki faktörlerden en önemlisi ve etkilisi insandır. Zira örgütün temelini oluşturan, şekil veren, teknolojiyi kullanan ve örgütü temsil eden insandır. Bir örgütte iş görenlerin örgütün amaçları ve hedefleri doğrultusunda çalışması örgütsel bütünleşmesinin gereğidir. Modern davranış bilimleri, kişileri örgütün amaçları çerçevesinde bir araya getirmek ve grup içinde istenilen kişilik seviyesine getirme yolunda yardımcı olurlar. Kişi örgütün sosyal değerlerini ne kadar çok uyum içinde olursa o kadar örgüt ile iç içe olmuş olur. Yöneticinin görevi daha çok aynı özelliklere sahip ve uyumlu bireyleri bir arada tutarak hem örgütsel kültür ve davranış yönünden sosyalleştirmek hem de örgütün daha verimli ve düzenli çalışmasını eyleme geçirmektir. Birey örgüt bütünleşmesi; iş görenler arasındaki etkileşimin yükseldiği, yardımlaşma ve iş tatmini derecesinin en yüksek seviyeye çıktığı, iş kaytarmalarının en alt seviyede olduğu ve üretim seviyesinin en üst düzeyde gerçekleştiği bir ortam meydana getirdiği için önemli bir olaydır (Atalay, 2005: 34).

2.2. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ ÖNEMİ

ÖVD son yirmi yılda kapsamlı araştırma konusu haline gelmiştir. ÖVD' nin son zamanlarda literatürde yoğun olarak ele almasının üç neden kaynaklandığı ortaya koymuştur. Bu sebeplerden birincisi yapılan davranışlara bağlı olarak meydana gelen başarının iş görenlerin başarı ölçümlerinde terfi ve ücret uygulamalarında dikkate alınmasıdır. ÖVD' nin sergilenebilmesi için yöneticiler iş görenlerine herhangi bir zor veya müeyyide yaptıramaz. Bu durum da iş görenler de sergilemiş oldukları ÖVD neticesinde bir takım mükâfat ve beklenti içinde bulunmazlar. Fakat Organ'ın değindiği şekilde yöneticiler iş görenlere dolaylı veya dolaysız şekilde farklı insan kaynakları uygulamalarında ÖVD' yi göz önünde bulundurarak mükâfatlandırılabilirler. Nedenlerden ikincisi ise ÖVD' nin örgütlerin başarısına ve etkinliğine yönelik katkı sunmasıdır. Organ, uzun vadede ÖVD' nin bütününe değerlendirildiğinde, bu davranışın örgütün çalışma durumuna ve başarısını yükselteceğini ifade etmiştir. Yine Organ, ÖVD' nin bireyleri içsel olarak eyleme geçirerek başarıma, yetkinlik ve ahlak hislerine katkıda bulunduğunu ifade etmiştir. Sonuncu neden ise ÖVD' yi önemli hale getiren bir diğer unsur da, örgütsel vatandaşlık davranışının iş tatmini, örgütsel adalet, örgütsel bağlılık, vatandaşlık karşıtı davranışlar ve işten çıkmalarla olan yakın ilişkisidir. İş tatmini, örgütsel bağlılık, biçimsel rol davranışı ve ÖVD birbiriyle ilişkili kavramlardır (Kaya, 2013: 271).

Genellikle örgütsel vatandaşlık davranışları sergilenen bir örgütte örgütün sosyal mekanizmasının işleyişi kolaylaşır ve çalışanlar arasındaki çatışmalar azalır. Böylelikle örgütün etkinlik seviyesi artacak, örgütsel performansı pozitif yönde gelişme sağlayacaktır. Bir örgütte ÖVD' nin var olmasının düşük iş gücü hızına neden olduğu da ifade edilmiştir. Örgüt ile bütünleşmiş iş görenler örgüt içinde daha uzun süre kalırlar, hem daha kaliteli üretimde bulunurlar hem de örgütün başarısına birçok yönden katkıda bulunmuş olurlar. Bu nedenle bir örgütte ÖVD yüksek ise hem güzel bir iş ortamı sağlanmış olur, hem de çalışanların bağlılıkları, verimlilikleri ve iş gücü hızının artmasına sebebiyet vermiş olur (Gürbüz, 2013: 536).

2.3. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI İLE İLGİLİ TEORİLERİ VE ARAŞTIRMALAR

Örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili ortaya atılan teoriler, ÖVD boyutlarını önemi daha iyi açıklamak ve örgüt içindeki çalışanların davranışlarını hangi sebeplerden dolayı nasıl sergilediklerini açıklamaya çalışmaktadır. Bunlardan bazıları Eşitlik Teorisi, Sosyal Alışveriş Teorisi, Lider-Üye Değişim Teorisi ve Bekleyiş Teorisi gibi teorilerdir.

Eşitlik Teorisi

Bu teoriyi J. Stacy Adams tarafından ele alınmıştır. Bu teoriye göre kişinin iş başarısı ve işten aldığı haz seviyesi iş gördüğü kurumdaki hissettiği eşitliğe bağlı olduğunu ortaya koymaktadır. Adams'a göre, kişinin çaba harcadığı iş ortamında karşılığında aldığı ödül(takdir edilme, ek ücret verme, itibar gösterme vb.) aynı iş ortamında aynı işi yaparak diğer çalışanın aldığı ödülü karşılaştırır. Bu mukayesinin sonucunda kişi herhangi bir eşitsizlik hissederse, bu eşitsizliği ortadan kaldırılması yönünde davranışta bulunur (Gürbüz, 2008: 12).

Eşitlik teorisinde çalışan kişilerin yüksek isteklendirmeye, emeklerini, bağlılıklarını, hünelerlerini, yeteneklerini sergilemeleri için; kendilerine destek verilmesine, takdir edilmesine ve itibarlarının korunmasına bağlı olduğunu ifade etmektedir. Çalışanlar emek harcadıkları işe ve bu emek karşılığındaki algılarının neticesini çalışanlarla mukayese etmektedir (Bayar, 2019: 128).

Eşit teorisinin felsefesine göre örgüt içinde herhangi bir adaletsizlik veya eşitsizlik hisseden çalışan dana az örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemiş olur ve gittikçe örgüte katkısı düşecek ve örgütten uzaklaşmaya çalışacaktır (Keleş ve Pelit, 2009: 27).

Sosyal Değişim Teorisi

Sosyal değişim teorisine göre, örgüt içinde amir, yetkili veya yönetici konumunda olan kişilerin adaletli davranışları neticesinde çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyeceğini esasına dayanmaktadır. Amirlerin altındaki çalışanlara karşı göstermiş oldukları adaletli davranışlar sonucunda çalışanlarda bu davranışa bir karşılık verecektir. Üst ile ast arasında bir davranış değişimi söz konusudur. Astın göstermiş olduğu davranış örgütsel vatandaşlık davranışdır (Güven, 2006: 24).

Sosyal değişim teorisini geliştiren Blau' ya göre sosyal değişim gelecekteki ilişkileri açıklamaktadır. Blau taraflar arasındaki ilişkileri hem ekonomik hem de sosyal değişim olarak almaktadır. Ekonomik değişimde ekonomik kazanç beklentisi söz konusu iken sosyal değişiminin de ise kazancın niteliği belirtilmemiştir. Çünkü sosyal değişimin ekonomik niteliğini maddi değerler ile ifade etmek mümkün değildir. Sosyal değişim maddi değerlerden ziyade manevi değerler taşıtmaktadır. Bu değerler karşılıklı sevgi ve güveni sağlamaktır. İlişkiler karşılıklı desteğin ve arkadaşlığın simgesidir (Güven, 2006: 24).

Lider ye Mübadele Teorisi

Bu teori 1975 yılında Dansercan ve Haga tarafından geliştirilmiştir. Dansercan ve arkadaşları (1975); *“eğer lider davranışı yönetilen davranışlarının bir fonksiyonuysa ve eğer yönetilenler sahip oldukları değişik yetkinlikler dolayısıyla farklı davranıyorlarsa, liderler de bir tek liderlik davranışı değil, yönetilenlere karşı değişik şekilde liderlik davranışı sergileyeceklerdir”* fikrinden yola çıkarak liderin, kendi iş tanımları dışında örgüte katkı sağlayabilecek ve bunu gönüllü olarak tespit ederek kendilerini teşvik edebileceğini ve bu şekilde çalışanın iş tanımların dışında davranmasının sağlanabileceğini ifade etmektedir. Lider ve ye arasındaki bu ilişki güvene dayalı bir ilişkidir. Bu ilişki ne kadar iyi olursa çalışan o kadar istekli ve minnet duygusuyla hareket eder ve motive bir şekilde örgütsel vatandaşlık davranışını sergilemiş olur (Demirci, 2018: 61).

Beklenti Teorisi

Victor H. Vroom (1967) tarafından geliştirilen beklenti teorisi; kişilerin maddi çıkarları söz konusu olduğunda rasyonel davranış sergiledikleri, alternatif durumlar arasında ise kararsız kaldıkları varsayımını ortaya atmaktadır. İş görenler beklentileri karşılandığı sürece tatmin olmaktadır. İş görenler sergilemiş oldukları davranışlar sonucunda beklentileri karşılanmadığı inancına vardıkları takdirde aynı davranışı tekrarlamazlar. Bu nedenle çalışanlarda oluşması arzu edilen davranışlar ödüllendirme yoluyla teşvik edilirse çalışanlarda maksimum motivasyon elde edilebilir ve arzu edilen rol davranışlarının çalışanlar tarafından elde edilmesi sağlanabilir (Demirci, 2018: 62).

Katz ve Khan Teorisi

Katz örgütsel sisteme genel etkisi açısından üç temel çalışan davranış modeli tanımlamıştır. Bu davranış modelleri şu şekildedir;

- Bireyler sisteme dâhil edilmeli ve ikna yoluyla sistemde kalmaları sağlanmalıdır.
- Bireyler kendilerine biçilen rol dağılımını yerine getirmek durumundadırlar.
- Bireylere verilen rollerde karşılıklılığın ötesinde, örgütün hedef ve amaçları doğrultusunda, zorlamaya neden olmadan yenilikçi faaliyet söz konusu olmalıdır.

Katz ve Khan tarafından etkin bir organizasyonun ekstra rol davranışı olarak tanımlanan bu kavram organizasyonda sosyal akışı kolay hale getiren tüm davranışları barındırmakta olup bilinen görev performansı ile doğrudan ilişki içinde değildir. Katz ve Khan ekstra rol davranışını tanımlamak için “yurttaşlık” kavramını ortaya koymuşlardır (Çam, 2010: 51).

Dennis Organ’ın Teorisi

Organ’ın bu kuramında Örgütsel vatandaşlık davranışı için önermiş olduğu unsurlar gönüllü centilmenlik, nezaket tabanlı bilgilendirme, organizasyonun gelişimine katkı sunmaktır. Organ’ın bu çalışmasında en çok değindiği davranış biçimi biçimsel rol ve ekstra rol davranışlarıdır. Biçimsel rol davranışı daha çok iş için teknik rol davranışını amaçlarken, ekstra rol davranışı ise yaratıcı ve planlanmamış davranışlar olarak ele almaktadır. Bu davranışlar çalışanlar için yazılı bir kural olmaksızın kendiliğinden sergilemiş oldukları davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Çam, 2010: 51).

Bernard’ın Yaptığı Çalışmalar

Bernard (1976) örgüt kavramının tanımını yaparken örgütü “toplular işbirliği çabaları” şeklinde açıklamaktadır. Bernard’a göre örgütü sadece kişilerden oluşmaz, kişilerin yaptıkları hizmetler, davranışlar, en önemlisi işbirliği içinde sisteme gönüllü olarak katkı sağlayan davranışlar bütünü örgütü oluşturur. Gönüllük kavramıyla ortaya atılan anlam kişilere anlaşma gereği verilen rolleri yerine getirmek için harcadıkları çaba değildir. Bunun yerine kişilerin örgüt içindeki kişilerle veya gruplarla işbirliği

düşüncesini yaratmak ve bu düşünceyi korumak için işbirliğine yönelik gayrette bulunma eğilimleri anlatmak istenmiştir (İşbaşı, 2000: 7).

2.4. ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ BOYUTLARI

ÖVD örgütün işlevini etkili olarak yerine getirilmesi için iş görenlerin örgüt için rasyonel davranışlarda bulunması şeklinde görülmektedir. Çalışma ortamında beklenenin ötesinde davranışta bulunmak bağlamında, zorlanmadan görev alma, amir ve yöneticilerle olumlu ilişkilerde bulunma, kişinin sahip olduğu mükellefiyetler için yakınmamak gibi ve başkalarına yardımda bulunma gibi davranışların ÖVD örnekleri olarak gösterilebilir (Aydemir, 2019: 20).

Örgütlerin en büyük faktörü insanı kaynağıdır. Örgütlerin büyümesinde gelişmesinde ve uluslararasılaşmasında yine en önemli faktör insan kaynağıdır. Bir örgüttü ayakta tutan örgüt içindeki çalışanlardır. Örgüt çalışanlarının örgütün hem kendisine hem de yöneticilerine olan güveni ve sadakati, örgüt içindeki performansı, örgütü sahiplenmesi, örgütü ileriye taşıyacak çalışmalar içinde olması, örgütün kaide ve kurallarına riayet etmesi, istenilenden daha fazlasını yapması ve gönüllü olarak yapması örgütün büyümesi ve gelişmesi için çok önemli bir değerdir.

ÖVD ile ilgili yapılan araştırmalarda genellikle Organ'ın (1988), beş boyuttan oluşan tanımlamaları ele alınmıştır. Bu boyutlar: Özgecilik, Sivil Erdem, Vicdanlılık, Nezaket ve Sportmenlik şeklinde ele alınabilir (Sezgin, 2005: 323).

2.4.1 Özgecilik (Diğerlerini Düşünme, Diğergamlık)

Organ (1988) özgecilik boyutunda “çalışanların organizasyonla ilgili görevlerde veya karşılaşılan sorunlarda örgütteki diğer üyelere yardımda bulunmak biçiminde gönüllü davranışları” olarak tanımlamaktadır. Özgecilik boyutunun en temel amacı yardım etme ve yardımlaşma duygusudur (Uzunkaya, 2019: 22).

Özgecilik örgüt içindeki çalışanların açık bir şekilde gönüllü esasına dayanarak çalışanlara yardım ederek onların performansını ve verimliliğini artırmaya yönelik davranış sergilemelerini şeklinde tanımlanabilir (Sezgin, 2005: 323). Özgecilik, bireylerin örgüt içindeki görev ve sorunlarda diğer bireylere gönüllü olarak yardım etme gibi davranışların tamamıdır. Örneğin, örgütteki bir bireyin, ağır iş yükü olan

veya işi ile ilgili sorun yaşayan iş arkadaşlarına ve yahut örgüte ilk defa giren bireylere kendi isteğiyle yardımda bulunması gibi davranışlar gösterilebilir (Çetinkaya ve Çimenci, 2014: 245).

Aquino ve Bummer (2003) tanımlamasında; örgütsel olarak düşünüldüğünde özgecilik(diğerkâmlık) çalışanların problemler karşısında istekli ve bilinçli bir şekilde diğer çalışanlara yardımını ifade etmektedir. Organ (1998)'s göre ise çalışanların örgütle alakalı vazifelerde ve ortaya çıkan problemlerde diğer çalışanlara yardım etmek için ortaya koydukları gönüllü davranışlardır (Boz, 2018: 8-9).

Özgecilik örgüt içindeki çalışanların açık bir şekilde üstlerine ve diğer çalışanlara yardım ederek çalışma performansını yükseltmesidir. Örneğin; ustabaşılının ve diğer çalışanların gönüllü olarak ücret almadan yeni meslektaşlarına yardımda bulunmasıdır. Bu gibi yardımsever davranışlar kişilerin performansını yükselterek örgüt içindeki etkinliğini ve verimliliğini artırmada katkı sağlamaktadır (Ayvaz, 2012: 32-33).

Özgecilik işveren, tüketiciler, çalışanlar veya hissedarlar gibi belirli kişilere yardım etmek olarak ifade edilebilir. Diğer bir deyişle özgecilik, örgüt içinde meydana gelen işle ilgili sıkıntılarda, diğer çalışanlardan hiçbir beklenti içine girmeden yardımda bulunmaktır. Örneğin; öğretmenliğe ilk defa atanan bir öğretmene, okuldaki daha tecrübeli öğretmenler tarafından meslek kurallarını ve okula uyum sağlama, okulun kural ve kaidelerini öğretme davranışları olarak gösterilebilir.(Can ve Özer, 2011: 4).

İster ulusal ister uluslararası işletmeler olsun özgecilik boyutunu önemsendiğini düşünülmektedir. Örgüt içindeki bir çalışanın çalıştığı işle ilgili yaşadığı herhangi bir problemde diğer bir çalışanın gönüllü olarak problemin çözümünde yardımcı olması hem işletmenin verimliliği konusunda hem de yöneticilerin işlerinde kolaylık sağlandığı görülmektedir. Özgecilik kavramının geliştiği ulusal ve uluslararası işletmelerin daha başarılı ve verimli olduğu düşünülmektedir.

2.4.1. Vicdanlılık (İleri Görev Bilinci)

Vicdanlılık; Organ'ın tanımlamasına göre, kurum üyelerinin ekstra rol davranışların da davranışta bulunurken gönüllü olmalarını şeklinde tanımlanabilir. Vicdanlılık, örgüt içi devamlılığın sağlanması yönelik işe devamlılık, zamana riayet, işi

önemseme, kaynakları israf etmeme yerinde kullanma gibi durumlar da beklenenin üzerinde olumlu davranışlardır. Organizasyonda bir üyenin işe düzenli devam etme zorunluluğu sözleşmeden doğan yükümlülüktendir. Fakat iş yerlerinden işe devamlılığının gönüllülüğe dayandığı durumlarda görülmektedir. Örneğin; bir çalışanın basit hastalıklarda veya olumsuz hava koşullarında işine gelmemesi, izin ihtiyacı olmadığı halde izin hakkını kullanması, özel yaşamından kaynaklanan durumlardan dolayı işine bir süreliğine devam etmemesi gibi durumlar sürekli bir durum olmadığı sürece yöneticiler tarafından doğal karşılanmaktadır. Fakat tüm bu durumlara rağmen, çalışanın beklenen düzeyin üzerinden davranışta bulunup işine devamlılık sağlaması, Organ'ın değimiyle vicdanlılık boyutuyla ilgili bir davranıştır. Vicdanlı kişiler yüksek görev bilinci olan, sorumluluk bilinciyle hareket eden, kişilikli, güvenilir, çalışkan ve başarılı kişilerdir (Boz, 2018: 9; Gürbüz G. , 2008: 24).

Vicdanlılık boyutunda ele alınabilecek örgütsel vatandaşlık davranışları şu şekilde sıralanabilir (Organ, 1988 Akt: Özdemir 2005: 91).

- İşe düzenli ve sürekli devam etme,
- Elde olamayan bir durumda (kötü hava koşulları, hastalık vb.) işe gelme,
- Özel hayatında yaşanan problemlere rağmen işe gelme,
- Zamana riayet etme
- Görevlerini zamanında minimum hata ile yapma
- Örgütsel kural ve kaidelerine uyum sağlama ve bunlara bağlı kalmaya

çalışma

- Çay, kahve ve yemek aralarına dikkat etme,
- Örgüt kaynaklarını koruma.

Özgecilik ve vicdanlılık davranışları arasındaki en önemli fark özgeciliğe bireylerin davranışları özel olarak bir bireye yardım etmek iken vicdanlılıkta örgütün bütününe yarar sağlanan davranışlardır (İşbaşı, 2000: 27).

Ulusal ve uluslararası işletme sahipleri veya yöneticileri her zaman çalışanlarından beklenen rol davranışlarının kat kat üstünde rol davranışı göstermesi beklenmektedir. Bu durum hem örgütün başarısı için hem de yöneticilerin işlerinde kolaylık sağlanması için beklenen bir durum olduğu düşünülmektedir. İleri görev bilinci

olarak ta bilinen vicdanlılık boyutu örgütün bütününe ilgilendirdiğinden dolayı örgütün performansı ve devamlılığı için oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle ileri görev bilinci yüksek olan örgüt çalışanları örgütün ekonomik ve sosyal başarısında oldukça önemli yer edindikleri düşünülmektedir.

2.4.2. Sportmenlik (Centilmenlik)

Organ' ın tanımlamasına göre centilmenlik, işin kaçınılmaz zorlukları ve kötü durumlarına yakınmadan katlanmaktır. Sportmenlik, örgütteki kişilerin diğer kişiler tarafından rahatsız edici bir davranışta bulunduğu veya içinde bulunduğu şartla istedikleri gibi yürümediğinde gitmediğinde şikâyetle bulunmamaları, bu durumlara kırılganlıkta bulunmamaları ve çalışma grubunun çalışma isteğini kırmamak için hassasiyet göstermeleridir (Kaya, 2013: 281).

Sportmenlik, örgüt içinde meydana gelen zorluklara ve sorunlara karşı yakınmadan ve olumlu bir davranış içerisinde çalışmaya istekli olmak şeklinde ifade edilir. Başka bir ifadeyle sportmenlik boyutu çalışanların işe ve iş kültürüne karşı olumlu düşünce içinde olmaları ve çıkan sorunların üstesinden gelerek istekli bir şekilde çalışma anlamına gelir. Gönüllülük ve centilmenlik olarak da ifade edilebilen sportmenlik davranışı, işteki problemlere karşı anlayışlı olmayı barındırır ve bu davranışı sergileyen çalışanlar şikâyet etmeden birçok zahmet ve zorluğa katlanma eğilimde olur. Bu şekilde, işin olumsuz yönüne bakmadan olumlu çabalar üzerinden harcanan zaman artmış olur (Sezgin, 2005: 324).

Sportmenlik çalışanların ufak sorun ve zorluklara şikâyetle bulunmadan, suçlamada bulunmadan veya yakınmadan tahammül göstermelerine sportmenlik veya centilmenlik olarak ifade edilmektedir. Örneğin; yönetici konumunda olan bir kişinin yeni bir insan kaynakları uygulamasını şikâyet etmeden uymaya çalışması ya da bir sekreterin itirazda bulunma hakkı veren, geçici bir ek görevi hiç şikâyet etmeden kabul etmesi ve yerine getirmesidir. Diğer bir örnek bir satış personelinin kendi bölgesinin dışında bölgenin daha sorumluluğuna verilmesi ek bir yük olarak düşünmeden yakınmadan kabul etmesi ve benimsemesi olarak gösterilebilir (Kamer, 2001: 13).

Her işletmede olduğu gibi ulusal ve uluslararası işletmelerde de bir takım irili ufaklı sorunlar olabilmektedir. Bu sorunları sorun olarak görmeden, şikâyet etmeden

üstesinden gelen örgüt çalışanları sportmenlik davranışı sergilemiş olurlar. Bu nedenle sportmenlik davranışında bulunan örgüt çalışanları, örgütün devamlılığını ve performansını olumlu yönde etkiledikleri düşünülmektedir. Hem ulusal hem de uluslararası işletmelerin zaman tasarrufu için ve tedarik zincirindeki aksamaları önlemek için sportmenlik boyutu oldukça önemli bir kavram haline gelmektedir.

2.4.3. Nezaket (Nezaket Tabanlı Bilgilendirme)

Nezaket Organ'ın (1988) ilk kez kitabında tanımlamıştır. Bu tanıma göre; örgüt içinde birbirlerine karşı iş mükellefiyetlerinden dolayı sürekli etkileşim içinde olması gereken ve işlerinden, alınan kararlarından etkilenen bireylerin birbirine karşı sergiledikleri olumlu davranışlar şeklinde tanımlanmıştır. Örneğin; Kurum içinde herhangi bir karar verilirken bu karardan etkilenebileceği düşündüğü kişileri düşüncelerini alan, kurum içinde önemli konularda sistemli bilgi akışı sağlamaya çalışan kurum üyesinin sergilemiş olduğu davranışlardır (İşbaşı, 2000: 29).

Nezaket; iş görenlerin diğer iş gören arkadaşları için sorun oluşacak durumları önceden belirleyerek bu çıkan sorunların çözümü için tavsiyede bulunma, yardım etme veya engel olma tarzı önleyici nitelikteki tüm davranışları barındırır (Bolat vd., 2009: 218).

Nezaket çalışanların meydana gelebilecek sorunların önüne geçmek için karar ve davranışlarından etkilenebilecek kişilerle bireylerle iletişimde durumunda olması şeklinde ifade edilmektedir. Örneğin; satış personelinin bir satış yapmadan önce ürünün stok ve dağıtım olanaklarının bu konumdaki vazifeli arkadaşlarından kontrol etmek istemesidir. Başka bir örnekte, bir AR-GE uzmanının makineleri ve çalışırken kullanılan araç gereci değiştirmeden önce montaj hattında çalışanlara danışması olarak gösterilebilir (Kamer, 2001: 12).

Özgecilik ve nezaket boyutları birbirine yakın boyutlar olsa da farklı anlamlar içermektedir. İki boyutun da farkının temeli “yardımseverlik” kavramıdır. Her iki boyutta yardım etme davranışı bu davranışın olduğu zamana yöneliktir. Özgeciliğe bireylerin bir sorunu ortaya çıktıktan sonra, oluşan soruna çözümde bulunmak maksadıyla yardım etmek söz konusu iken, nezaket boyutunda ise sorun çıkmadan önce oluşabilecek sorunları engelleme veya oluşan sorunun etkilerini azaltmak amacıyla önceden atılan adımlardır (İşbaşı, 2000).

Yaşamın her alanında olduğu gibi işletmelerde de nezaket kavramı oldukça önemli yer tutmaktadır. Ulusal ve uluslararası işletmelerdeki çalışanların birbirleriyle olan iletişimde nezaket seviyesi ne kadar iyi olursa işletme ilişkilerinde ve işletmede çıkan sorunların önüne geçme konusunda o kadar kolay olmaktadır. Dolayısıyla işletmenin işleyiş şeklinde, verimliliğinde, performansında, ikili ilişkilerde ve sorunların çözümünde nezaket boyutunun oldukça önemli bir yer edindiği düşünülmektedir.

2.4.4. Sivil Erdem (Organizasyonun Gelişimine Destek Verme)

Graham sivil erdem boyutunu “örgütsel katılım” olarak tanımlamıştır. Yine Graham sivil erdem kavramı klasik politika felsefesine dayanarak geliştirmiş ve “organizasyonun politik yaşamına aktif ve sorumlu biçimde katılım” şeklinde tanımlamıştır. Graham’ a göre iyi bir örgüt vatandaşı olmak sadece organizasyon içinde uyumlu olan kişi olmak değil, organizasyon içindeki tüm fikirleri geliştirmek ve bu fikirleri dile getirmekten kaçınılmamasıdır. Kurum içindeki toplantılara düzenli bir şekilde katılım sağlamak ve oluşan tartışmalara aktif bir şekilde katılımda bulunmak, örgüt içindeki yaşanan gelişmelere uyum sağlamaya çalışmak, organizasyonla ilgili konular üzerinde düşünmek ve düşüncelerini çalışma arkadaşlarıyla paylaşmak, buna benzer tüm davranışlar sivil erdem boyutunun kapsamına girmektedir (Gürbüz G. , 2008, s. 28). Bu davranışlar, kişinin örgütle bir bütünlük içinde ve örgütün bir parçası olduğunu ve bundan doğan sorumlulukları üzerine almasının bir işaretidir (Podsakoff vd., 2000: 95).

Sivil erdem diğer ifadeyle örgütsel erdem çalışanın örgütün politik yaşamına sorumluluk sahibi ve yapıcı bir şekilde katılması şeklinde ifade edilmektedir. Örneğin; Bir akademisyenin gerekmediği halde okulun imajını destekleyen kabul töreni ve toplantılara katılmasıdır. Diğer bir örnekte, bir mağaza görevlisinin kendisinden istenilmediği halde il yardım kurslarına katılım sağlamasıdır (Kamer, 2001: 13).

Örgütün gelişimine katkı sağlama olarak da bilinen sivil erdem boyutu ulusal ve uluslararası işletmelerin gelişimi ve ilerlemesi için de oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Ulusal ve uluslararası işletmelerde çalışanlarından özellikle istenmediği halde işletmenin gelişimine ve ilerlemesine katkı sağlamak için yapılan

toplantılara katılmak, işletmeyi bütün platformlarda iyi temsil etmek ve işletme için yararlı olan her türlü organizasyonlara katılım sağlamak işletme için şüphesiz yüksek ölçüde değer kattığı düşünülmektedir.

2.5.ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK İLE BENZER NİTELİKTE OLAN DAVRANIŞLAR

Çalışma performansının değerlendirilmesinde dikkate alınmayan ÖVD gibi davranışlar ancak uzun vadede örgütsel etkinliği artıran benzer davranışlar mevcuttur. Bu tarz davranışlar, örgütsel spontanlık, psikolojik kontratlar, rol davranışları ve sosyal temelli davranışlar şeklinde gösterilebilir (Kamer, 2001: 8).

Örgütsel Spontanlık; Bireylerin hür iradesiyle ve gönüllülüğü esas alan, görev tanımlarında belirtilmeyen ancak örgütsel amaçlara ulaşmayı destek olan davranışlardır. Mesai arkadaşın yardımcı olma, olumlu yaklaşma, örgütün vizyonunu muhafaza etme, olumlu ve yapıcı tavsiyelerde bulunma gibi davranışlar örnek olarak gösterilebilir. Örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel spontanlık arasındaki en önemli fark; örgütsel vatandaşlık davranışları biçimsel ödül sistemi tarafından dikkate alınmayan etkin ve etkin olmayan nitelikteki tüm davranışları içine alırken, örgütsel spontanlık biçimsel ödül sistemi tarafından dikkate alınabilen sadece aktif davranışları içermektedir. İş yerinin öneri kutusuna atılan bir takım öneriler arasından seçilecek olan davranışlara ödül verilecekse, çalışanların öneride bulunmaları örgütsel spontanlık ve etkin bir davranıştır. Örgütsel vatandaşlıkta ise çalışanlar şikâyetle bulunabilecekken şikâyetle bulunmama gibi etkin olmayan davranışlar sergilemektedirler (Atalay, 2005: 21).

Psikolojik Kontratlar: Kişiler herhangi bir örgüte bazı faydalar beklentisiyle katılma isteği duyarlar. Bu faydalar maddi ve manevi değer şeklinde olabilir. Maddi olarak para olduğu gibi manevi olarak da saygınlık, statü, beğenilme, iş doyumu vb. değerler gösterilebilir. Kişiler örgütte çalışmaya başladığında, örgüt ile yetki, görev ve sorumluluklarını, örgütten elde edeceği ekonomik ve maddi haklarını gösteren yazılı bir sözleşme imzalayarak çalışmaya başlarlar. Bununla beraber yazılı olmayan “psikolojik sözleşme” olarak adlandırılan biz sözleşmede yapılmış varsayılar. Psikolojik sözleşmede; çalışan örgüte karşı işini iyi yapacağını ve sadakat göstereceğini garantisini verir. Örgütte çalışana karşı; ekonomik beklentiler ve

ödüllülerin yanı sıra, sosyal, güvenlik, insanca bir muamele, saygınlık, statü kazanma, medeni ilişkiler gibi haklarının verilmesini, beklentilerin yerine getirilmesini ve manevi desteklenmelerin garantisini verir. Şayet örgüt sadece ekonomik hakları korumaya riayet edip psikolojik hakları ihmal ederse, çalışanların örgüte olan bağlılığı ve etkinliği kaybolmaya başlar (Atalay, 2005: 22).

Rol Davranışları: Morrison (1994) ve Law' a (1999) tanımlamalarına göre; iş görenlerin rollerini yerine getirirken sergilemiş oldukları davranışlar rol davranışları olarak ifade edilir. Ancak benzer işi yapan iki çalışanın algıladıkları kapsam farklılık gösterebildiğinden göstermiş oldukları rol davranışların kapsamı da farklı olabilmektedir. Çalışanın algılamış olduğu görev kapsamı ne kadar geniş olursa, örgüt içerisindeki faaliyetlerinde o denli örgütsel görev olarak da algılamaktadır. Örneğin; Bireyin, bir çalışanın arkadaşlarına yardım etmesi, görevlerini yerine getirirken gereğinin üzerine davranışta bulunması gibi örgütsel vatandaşlık davranışlarını rol davranışı şeklinde algılayabilir ve böylelikle gereğinin üzerinde ekstra rol davranışında bulunur (İşbaşı, 2000: 34).

Sosyal Temelli Örgütsel Davranış (Prosoyal Davranış): Brief ve Motowidlo (1968) örgüt içinde faaliyet gösteren bir iş gören görevini ifa ederken etkileşim içinde olan kişi, grup veya örgüte yönelik olan, örgütün yarar sağlayan davranışta bulunmak sosyal temelli örgütsel davranışlar olarak tanımlamışlardır. Prososyal örgütsel davranışlar, “fazladan rol” ve “tanımlanmış rol” davranışları şeklinde büyük kapsamlı olan ve ÖVD istenilenin üzerinde davranışta bulunma şeklidir. Örgüt için önem arz eden prososyal örgütsel davranışlar, hem kişisel hem de örgütsel verimlilik için çok çeşitli olan bir takım davranışları içinde barındırır. Başka bireylerle işbirliği sağlama, örgüt için yenilikçi düşüncelerde bulunma, görünmeyen ve önceden kestirilmeyen tehlike ve tehditlere karşı örgütü koruma vb. prososyal davranışlar örgütün etkinliğini yükseltmektedir. Fakat çalışanların birbirlerine ettikleri bireysel yardımlar örgütün maliyetini yükselterek etkinliğinin düşmesine sebebiyet verirse, bu tarz davranışların işlevselliğinden söz edilemez (İşbaşı, 2000: 14-15).

2.6.Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Sonuçları

Örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel sonuçları birden fazla alanı içine almaktadır. Bu alanlar, ücret ve mükâfatlar, kişisel başarı, örgütün verimliliği ve

etkinliği, örgütsel başarı, iş görenlerin sorumluluk algıları, yardım etme davranışları, iş performansı, iş ahlakı ve iş gücü hızı önemli alanlarıdır (Gürbüz, 2007: 65).

Örgütsel vatandaşlık davranışını rol fazlası olarak tanımlayan Organ (1988) hem örgüt hem de örgütte faaliyette bulunan iş görenler bakımından önemli etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla Örgütsel vatandaşlık davranışını örgütte yetkili olan kişiler ve iş görenler açısından performans değerlendirme ve örgüt bireylerinin motivasyonun ölçülmesinde önemli etki ettiğini belirtmiştir (Kaplan, 2011: 41).

Örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütün kıt kaynakların tasarruflu kullanmasını ve grup etkinliklerini koordineli bir şekilde çalışmasını sağlayarak performansının artmasında etkili olmaktadır. Çalışanların yardımlaşmaları, hem takım ruhunun oluşmasına hem de örgütsel bağlılığın artmasına katkı sağlar. Böylelikle çalışanların ve yöneticilerin enerji ve zamanlarını tasarrufu sağlanmış olur (Erdoğan, 2010: 39).

Genel olarak örgütsel vatandaşlık davranışı örgütün sosyal mekanizmasının işlerliğini kolaylaştırma, anlaşmazlıkları minimize etmek ve etkinliğini artırarak örgütsel performansı artacağı söyleyebilir (Kamer, 2001: 21).

Örgütsel vatandaşlık davranışı sonuçları ile ilgili literatürde çeşitli çalışmalar mevcuttur. Bu doğrultuda ÖVD sonuçları bazıları şunlardır (Bayar, 2018: 59)

- Nitelikli kişileri örgütte işe alınması ve istihdam etmede süreklilik sağlanması,
- Çalışanın tatminin maksimum olması,
- İşe gelmeme oranlarının azalması,
- Sosyal sermayenin artması,
- Çalışanlarda işe /işletmeye karşı olumlu duygular oluşturmaları,
- İşten çıkma düşüncesini azalma,
- Çalışan devir hızında azalma,
- İş performansının artması,
- Grup performansının artması,
- Çalışanlar arasındaki işbirliği düzeyinin yükselmesi,
- İşin niteliğinin artması,

- Çalışanların değerlendirmede artış,
- Örgütsel öğrenmenin artması,
- Kaynak kullanımında tasarrufun artması,
- Örgütsel verimliliğinin artması,
- Müşteri doyumunun artması,
- Hizmet kalitesinin artması,
- Müşteri sadakatinin artması,
- İşletme performansında iyileşmedir.

Podsakoff ve diğerleri (2009), örgütsel vatandaşlık davranışı sonuçlarını hem bireysel hem de örgütsel şeklinde de incelemiştir. ÖVD' nin bireysel düzeydeki sonuçları; yöneticiler çalışanların performansını göz önünde bulundurarak ödüllendirme kararına etkisi, devamsızlık ve işten çıkma düşünceleri üzerindeki etkisi şeklindedir. Örgütsel düzeydeki sonuçlar ise; örgütün etkin ve üretken olma, kâr artışı, maliyetlerin düşürülmesi, tüketici tatmin düzeyinin artışı ve çalışanların devir hızının düşmesi şeklinde açıklanmıştır (Kalkan, 2013: 122).

Örgütsel vatandaşlık davranışı, küresel boyutta öneminin anlaşılmasıyla birlikte giderek önemi artmaktadır. İşletmelerin verimli ve etkili çalışmasında ÖVD önemli bir rol oynamaktadır. Ulusal veya uluslararası işletmelerin büyümesinde ekonomik kâr elde etmesinde ve süreklilik kazanmasında en önemli etkenlerden biri çalışanların olumlu yönde ÖVD sergilemesidir. Örgütlerin uluslararasılaşmasında, çalışanların takım ruhu, örgüte olan bağlılıkları ve örgütü ileriye götürecek olumlu davranışlar içinde olmaları oldukça önemlidir.

Türkiye; Amerika, Avrupa ve OECD gibi ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye'nin örgütsel vatandaşlık davranışında geri kaldığı görülmektedir. Bu durum çalışma yaptığımız Şırnak ilinin genelinde ekonomik faaliyet yürüten örgütlerde de görülmektedir. Çalışmanın yürütüldüğü bölgede hem yerel hem uluslararası örgütlerin bu konudaki eksikleri olduğu görülmektedir. Ulusal ve uluslararası alanda ekonomik faaliyet yürüten örgütlerde yönetici ve çalışanların ÖVD sergilemesinde örgütün iç ve dış işleyişi önemli etkindir. Çünkü örgüt çalışanların iş tatminini, ekonomik ve sosyal güvencesini, motivasyonunu yükseltecek davranışlar içinde olursa çalışanlarda bu durumu göz ardı etmeyip hem yüksek performans hem de

olumlu davranışlar sergilemişler olurlar. Bu durum örgütün gelişmesinde, ekonomik kâr elde etmesinde ve uluslararasılaşmasında önemi rol oynamaktadır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASILAŞMADA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI: ŞIRNAK ÖRNEĞİ

Bu bölümde işletme yöneticilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algıları ve çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışının işletmelerin uluslararasılaşmada nasıl etkilediğini ve arasındaki araştırmaları esas alan literatüre yer verilmiştir.

3.1. LİTERATÜR TARAMASI

Şahin (1996) yaptığı araştırmada doğada az bulunan kaynakları kullanarak ihtiyaçların yerine getirilmesiyle mal ve hizmet üretiminde bulunan firmaların doğaya ve topluma karşı sosyal sorumluluk bilincinde faaliyette bulunmadıklarını ortaya koymayı amaçlanmıştır. Araştırma anket yöntemiyle 1994 yılında İstanbul Sanayi Odası kayıtlı olan 500 büyük sanayi kuruluşu arasında sayılan Denizli’de bulunan 14 işletmenin üst düzey yöneticileri ile yapılmıştır. Araştırma sonucunda işletmelerin topluma ve çevreye karşı sorumlu hissettikleri ve yöneticilerin çevre konusunda duyarlı oldukları ve toplumun saygısını kazanmak istedikleri kanısına varılmıştır.

Bakırtaş (2005) araştırmasının amacı turizm sektöründe işletmelerin sosyal sorumluluklarının ölçülmesine yöneliktir. Türkiye’de Ocak-Haziran 2005 te hizmet veren otellerde uygulanan anket çalışması ile analizler yapılmıştır. Üç, dört ve beş

yıldızlı olmak üzere toplam 43 otelde yapılan 110 anketten sağlıklı veri olan 97 tanesinin sonucunu analiz yapılmıştır. Araştırma sonucunda otellerin yıldızı arttıkça müşterilere karşı sosyal sorumluluklarında herhangi bir farklılığının olmadığı görülmüştür. Yine araştırma sonucunda otellerin müşterilerine verilmesi gereken hizmeti fazlasıyla yerine getirdiği, müşterisine değer verdiği, mevcut müşterisini korumaya ve elde tutmaya çaba sabrettiklerini ve potansiyel müşterileri de kazanmaya yönelik çalışmalarda bulundukları ve müşteri odaklı bir pazarlama ve hizmet içinde oldukları görülmüştür.

Ulu (2007) çalışmasında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin Türkiye genelinde ne tür usullerle yerine getirdiğini belirtmek, eksik kalan yönlerini saptamak ve bu eksikliklere yönelik çözüm önerilerini sunmayı amaçlanmıştır. Araştırma Adana, Adapazarı ve Kahramanmaraş illerinde, üretim faaliyeti yapan 30 işletmenin 30 yöneticisine anket yöntemi ile uygulanmıştır. Sonuç olarak şirket yöneticileri tam anlamıyla KSS kavramında farkındalık yaratmamaktadırlar. KSS faaliyetlerine ilişkin yeteri kadar çalışma yapmadıkları belirlenmiştir.

Küçük (2009) yaptığı çalışmada uluslararası işletmelerde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının nasıl algılandığının ve bu konuda uygulanan stratejilerin tespiti etmeyi amaçlamıştır. Araştırma yöntemi olarak KSS alanında yazın taraması yapılmıştır. Aynı zamanda uluslararası Türk işletmelerin çalışanları ve yöneticileri ile görüşülmüştür. Araştırmaya konu olan işletmelerin KSS projelerinin kültürel destek ile bağışlardan öteye gitmediği görülmüştür. Sonuç olarak işletmelerin faaliyet gösterdiği çevrede paydaşların talepleri ve baskıları işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk politikalarını belirlemede etkin olduğu saptanmıştır.

Öztürk (2009) çalışmasında kurumsal sosyal sorumluluğun gelişimi ve Türkiye de uygulanması araştırmayı amaçlamıştır. Bu çalışmada daha çok kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında gelişmiş ülkeler ile Türkiye kıyaslanarak Türkiye'nin KSS uygulamaları konusunda ne kadar yavaş ilerlediğine değinmiştir. Türkiye ABD, AB ve OECD ülkeler ile karşılaştırıldığında Türkiye'deki işletmelerde KSS uygulamalarında geri kaldığı görülmektedir. Türkiye de KSS kavramı tam olarak anlaşılmadığını, Türkiye'deki işletmelerin KSS uygulamalarını sadece hayırseverlik faaliyeti olarak görüldüğü, KSS alanında Türkiye'nin altyapısı yetersiz olduğunu, gelişmiş ülkelere göre KSS uygulamalarının geride kaldığı sonucuna varılmıştır.

Çam (2010) araştırmasını Ankara merkezdeki 2000 kişinin çalıştığı bir kamu kurumunda 200 çalışan üzerinde gerçekleştirmiştir. Çalışmada KSS ve ÖVD arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü belirlemek amaçlanmıştır. Analizlerde kurumsal sosyal sorumluluğun boyutları ve örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları açısından elde edilen bulgular yasal ve etik anlamda sosyal sorumluluklarını yerine getiren kurumların çalışanlarının da örgütsel açıdan sergilemeleri gereken davranışları artırdıkları tespit edilmiştir. Sonuç olarak kurumlar yasal ve etik anlamda sorumluluklarını yerine getirdiklerinde aynı oranda çalışanlarına da örnek oluşturlar ve çalışanlarda işletmeye karşı bağlılıklarını artırır işe geç kalmalar azalır, kurum içinde işbirliği yaparak verim artırıcı yönde çalışmalar hız kazanır.

Uygun (2010)' da yaptığı araştırmada çok uluslu şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını ve uluslararası çevre politikalarını inceleyerek yapılan projelerin çevre politikalarına ne düzeyde uyumluluk gösterdiği de gözlemlemeyi amaçlanmıştır. ÇUŞ'ların kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ve çevreye verdikleri zararların vaka örnekleri incelenmiş aynı zamanda çevre politikaları ile ilgili uluslararası sözleşmeler incelendiği görülmüştür. Çalışma, saha araştırmasının KSS konusundaki sosyal paydaşlar ve şirketlerle yapılan mülakat sonuçlarına göre tamamlamıştır. Yapılan mülakatlar bir üniversite, bir belediye ve yedi STK olmak üzere dokuz tane kurum ile yapılmıştır. Görüşülen STK'ların geneli KSS'yi firmaların yürüttüğü toplumsal projeler olarak algıladığı görülmüştür. Araştırma sonucunda görülmüştür ki firmaların yarısı KSS alanlarında belli bir aşama mesafe almış, görüşülen firmaların yarısı da tüm kriterler için doğru yolda ilerlediği görülmüştür. Diğer bir sonuç ise yapılan firma görüşmeleri Türkiye'de firmaların KSS' yi iş faaliyetlerine bütünleşmiş etmek konusunda çok istekli olduğunu fakat kullanılan donanımlar firmaların yeterli ve etkili bir KSS ortamı ortaya koymasında oldukça gerisinde olduğu görülmüştür.

Kaynar (2011) tarafından bu konuda yapılan çalışma 2004-2009 yılları arasında Ulusal 100 endeksinde işlem gören 46 şirketi kapsayan bir örneklemi içeren bir çalışmadır. Çalışma, başka ülkelerdeki raporlama tekniklerini ve sosyal raporların içeriğini incelemek, ülkemizde kullanılan yöntemleri bunlarla karşılaştırarak değerlendirmeyi amaçlanmıştır. Sonuç olarak sosyal sorumluluk faaliyetlerine pay

ayıran işletmelerin kârlılıklarında bir artış olduğu ve hissedarlarına dağıttıkları kâr paylarında buna paralel bir artış görüldüğü tespit edilmiştir. Sosyal sorumluluk faaliyetleri ile dikkat çeken işletmelerin iyi bir imaj kazanmakta ve toplumda güven sağlamakta olduğunu söylenilebileceği belirtilmiştir.

Cingöz ve Akdoğan (2012) tarafından yapılan araştırmada işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin Kayseri İli Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyette bulunan işletmeler tarafından nasıl algılandığını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu çalışmada Kayseri Organize Sanayi Bölgesi'ndeki 67 tane imalat işletmesinin yöneticilerine anket yöntemi yapılmıştır. Çalışmanın yapıldığı işletmeler hem ulusal hem de uluslararası faaliyet yürüten işletmelerdir. Çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk boyutları ölçülmüştür. Araştırma sonuçlarına göre yöneticiler kendi işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının dört boyutu itibarıyla gerçekleştiğini düşünmektedirler. Bu kapsamda Kayseri'de faaliyette bulunan işletmelerin daha çok yasal endişelerle sosyal sorumluluk uygulamalarında yer edindikleri ve bu sorumluluklar kapsamında faaliyet gösterdikleri ifade edilmiştir.

Pusak (2014) yılında yaptığı çalışmada Türkiye' de faaliyet gösteren kâr amaçlı üretimde bulunan ve hizmet veren şirketlerin internetten yayınlamış oldukları raporları KSS açısından incelenmiştir. Çalışma konusu olan işletmeler, İstanbul Sanayi Odasının 2012 yılı toplam net satışları üzerinden belirlediği Türkiye'nin en büyük 500 şirketi listesi esas alınarak belirlenmiştir. Bu 500 şirketten ilk 200 sıralamasında yer alan şirketlerin toplam net satışları 500 şirketin toplam satışlarının yaklaşık % 75' i olduğundan ilk 200 sırada bulunan şirketlerin raporları ele alınmıştır. Bu incelen şirketler arasında hem ulusal şirketler hem de çok uluslu şirketlerde mevcuttur. Bu çalışmanın sonucu olarak, KSS ile ilgili uygulamaların, Türkiye' de yakın dönemde önem kazandığını saptanmıştır.

Kerse ve Seçkin (2017) yaptıkları araştırmada imalat sektörü çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk algısının örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkisini incelemeyi amaçlanmıştır. Araştırma Aksaray ilinde tekstil ve hazır giyim imalat sektöründe faaliyette bulunan iki farklı firmanın çalışanlarına anket yöntemiyle yapılmıştır. Araştırma sonucunda imalat sektörü çalışanlarının müşterilere, çalışanlara, yasalara ve etik değerlere yönelik işletmelerinin sorumluluklarını uygulamadıkları kanısındadır. Araştırma sonucunda çalışanların sosyal sorumluluk algısı düzeyinin

örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkisine ilişkin analizler göz önüne alındığında bu algının çalışanların davranışlarını pozitif yönde etkilediği göstermiştir.

Aras ve arkadaşları (2010) tarafından yapılan çalışmada gelişmekte olan ülkelerde KSS'nin işletmelerin finansal ve ekonomik performansıyla ilişkili olmadığı sonucuna ulaşmıştır (Aras, Aybars, & Kutlu, 2010).

Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerde yapılan bir çalışmada ise işletmelerin KSS performansları ile uluslararasılaşma düzeyi arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur (Ağlargöz & Akgül, 2019).

Uzunkaya(2019) tarafından yapılan çalışmada Artvin Çoruh Üniversitesinde İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 549 öğrenciden 182'si ankete katılmıştır. Sonuç olarak KSS' yi ilke edinmiş olan üniversiteler öğrencilerine karşı olan sorumluluklarını yerine getirmek için yasal, etik ve gönüllü sorumlulukları faaliyetlerine yansıtırlar ise beraberinde öğrencilerin ÖVD' lerini de artırabilirler.

Soysal (2019) tarafından KSS ile ilgili yapılan çalışmanın amacı, Türkiye'nin büyüklük olarak ilk 500 şirketinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini hangi sorumluluk alanlarında yürüttüklerini belirlemeye yöneliktir. Çalışmada Türkiye'nin ilk 500 şirketini belirlediği ISO 500 listesindeki şirketler arasından, toplam satış miktarı ISO 500'ün yaklaşık onda sekizine denk gelen ilk 250 şirket seçilerek, bu şirketlerin KSS faaliyetlerini içeren sürdürülebilirlik raporlarını incelenmiştir. Çalışma sonucunda tüm şirketlerin KSS konularına önem verdikleri ama önem düzeylerinde farklılık ortaya çıkmıştır.

Küçük (2009) tarafından yapılan araştırmada işletmelerin birçoğu KSS projelerinin kültürel destek ile bağışlardan ibaret olduğu algısını taşımaktadır. Yapılan kültürel destek ve bağışlar ise toplumun talep baskıları sonucu olduğu görülmüştür. Bu durum KSS kavramının çok eski bir kavram olmadığı ve KSS kavramı ile ilgili yeteri düzeyde araştırma yapılmadığının nişanesidir.

Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında ÖVD açısından bir fark olup olmadığına yönelik literatürde doğrudan bir çalışmaya rastlanmamakla beraber firma boyutu ve ÖVD'yi karşılaştıran birkaç çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmalardan birinde firma büyüklüğü ile yardım etme (nezaket, vicdanlılık ve diğergamlık yardım

etme boyutu altında ele alınmış), sivil erdem ve centilmenlik davranışı arasında bir ilişki bulunamamıştır (Yan & Yan, 2013). Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan başka bir çalışmada da benzer şekilde çalışanların ÖVD'lerinin firma büyüklüğünden bağımsız olduğu belirlenmiştir (Lee & Ha-Brookshire, 2018).

Yukarıdaki araştırma sonuçlarına dayanarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1a: Ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri arasında ekonomik sorumluluklar açısından anlamlı bir fark yoktur

H1b: Ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri arasında yasal sorumluluklar açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1c: Ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri arasında etik sorumluluklar açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1d: Ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri arasında gönüllü sorumluluklar açısından anlamlı bir fark yoktur.

H2a: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında diğerkâmlık açısından anlamlı bir fark yoktur.

H2b: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında vicdanlılık açısından anlamlı bir fark yoktur.

H2c: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında nezaket açısından anlamlı bir fark yoktur.

H2d: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında centilmenlik açısından anlamlı bir fark yoktur.

H2e: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında sivil erdem açısından anlamlı bir fark yoktur.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmada işletme yöneticilerinin KSS ve çalışanların ÖVD'lerinin işletmelerin uluslararasılaşmasında etkili olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada ulusal ve uluslararası işletmelerin KSS ve ÖVD'leri karşılaştırarak işletme

yöneticilerinin KSS ve çalışanların ÖVD'lerinin işletmelerin uluslararasılaşmasını sağlayıp sağlamadığını belirlemek amaçlamıştır. İşletmelerin uluslararası alanda faaliyet göstermesinin ülke ekonomisi açısından önemi dikkate alındığında işletmelerin uluslararasılaşmasını sağladığı düşünülen faktörlerin ele alınmasının literatüre katkı sunulacağı düşünülmektedir. Küresel olmayan veya uluslararasılaşmayan işletmeler KSS ve ÖVD'nin önemini göz ardı edip özellikle KSS faaliyetler konusunda yavaş hareket etmektedirler. Araştırmanın olduğu bölgede bu durum bariz görüldüğü düşünülmektedir.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. İlgili literatürdeki araştırmalardan yararlanılarak ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri ile işletme çalışanlar için ayrı ayrı anket formu hazırlanmıştır. Birinci ankette işletme yöneticilerine yönelik uygulanan ankette faaliyet alanı, faaliyet süresi, çalışan sayısı ve eğitim durumunu belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Çalışanlara yönelik hazırlanan ikinci ankette ise çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışını ölçmeye ilişkin bir ölçeğe yer verilmiştir. KSS' yi ölçmek için Maignan ve Ferrel (2000) tarafından geliştirilen ve 16 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Çalışanlar için hazırlanan anket formunun birinci kısmında demografik bilgilere ilişkin sorulara yer verilmiş, ikinci kısmında ise çalışanların ÖVD düzeylerini ölçmeye ilişkin bir ölçek yer almıştır. ÖVD' yi ölçmek için ise Basım ve Şeşen (2006) tarafından geliştirilen 19 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Katılımcılara ölçeklerdeki her bir ifade için 'hiç katılmıyorum', 'katılmıyorum', 'kararsızım', 'katılıyorum', 'kesinlikle katılıyorum', cevap alternatifleri sunulmuştur. Cevap alternatiflerine sırasıyla 1'den 5'e kadar değer verilmiştir.

Hazırlanan anket formlarının uygulama alanı olarak TRC3 bölgesi seçilmiştir. Bu bölgenin seçilmesinin nedeni Türkiye İstatistik Kurumuna yaptığı sosyo-ekonomik düzey sınıflandırmasında en düşük bölge olmasıdır. Bu bölgedeki iller arasında Irak ile tek sınır kapısı olan Habur sınır kapısı üzerinden uluslararası ticaret faaliyetleri yürütmesi nedeniyle de Şırnak il ve ilçeleri seçilmiştir. Anket kartopu örnekleme yöntemiyle Şırnak il ve ilçelerinde faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası alanda ticaret yapan şirketlerin yöneticilerine ve çalışanlarına uygulanmıştır.

Yöneticilerle yapılan anketlerden 64'ü; çalışanlarla yapılan anketlerden ise 83'ü analiz yapılmaya uygun görülmüştür.

Ölçeklerin güvenilirliğini tespit edebilmek için güvenilirlik analizi yapılarak Cronbach Alpha değerleri belirlenmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek için ise Bağımsız Gruplar T-Testi yapılmıştır.

3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmaya katılan işletme yöneticilerinin %8'inin eğitim almadığı; %28'inin ilköğretim mezunu; %59'unun lise mezunu ve %5'inin üniversite mezunu olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu işletmelerin ortalama 10 senedir faaliyette olduğu ve çalışan sayılarının ortalamasının 23 olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan ulusal ve uluslararası işletmelerde çalışanların yaş ortalaması 29, görev süresi 4 yıl olup, çalışanlara ait diğer bilgiler aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin İstatistik

Grup	N	%
Cinsiyet		
Kadın	22	26,5
Erkek	61	73,5
Eğitim Durumu		
İlkokul	8	9,6
Lise	42	50,6
Lisans	29	34,9
Lisansüstü	4	4,8
Medeni Durum		
Evli	42	50,6
Bekar	41	49,4

Ankete katılan çalışanların çoğunlukla erkek olduğu görülmüştür. Eğitim durumunda ise lise mezunu çoğunlukla olduğu akabinde lisans mezunları olduğu görülmüştür. Katılımcıların medeni durumları bakıldığında evli olan kişilerin sayısı az bir farkla bekar kişilerden fazla olduğu görülmüştür.

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler tablo 9'da gösterilmiştir:

Tablo 3.2. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler/boyutlar	Cronbach's Alpha(%)	M	SS
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı			
Diğergamlık	83	4,25	0,79
Vicdanlılık	71	4,29	0,80
Nezaket	77	4,49	0,66
Sportmenlik	73	4,11	0,83
Sivil Erdem	79	4,09	0,83
Kurumsal Sosyal Sorumluluk			
Ekonomik Sorumluluk	67	3,90	0,79
Yasal Sorumluluk	77	4,05	0,78
Etik Sorumluluk	81	4,31	0,72
Gönüllü Sorumluluk	82	3,81	0,94

Cronbach's Alpha= Güvenilirlik Katsayısı; **M**=Ortalama; **SS**= Standart Sapma

Anketten elde edilen verilerin öncelikle güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlik analizi için Crobach Alpha değerinin %60 ve üzerinde olmasının söz konusu ölçeğin/boyutun güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Küçük 2016). Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ÖVD boyutlarının %71 ile %83 arasında olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Katılımcıların ÖVD boyutları açısından aldıkları ortalamalara bakıldığında en çok nezaket davranışı sergiledikleri, sivil erdem davranışını ise en az düzeyde sergiledikleri tespit edilmiştir (Tablo 9).

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk boyutlarının %67 ile %82 arasında olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçların güvenilir olduğunu göstermektedir. KSS boyutları ortalamaları incelendiğinde işletme yöneticilerinin etik sorumlulukları yerine getirdikleri; gönüllü sorumluluklara ise en az düzeyde önemsedikleri belirlenmiştir (Tablo 9).

Kurumsal sosyal sorumluluk boyutları açısından ulusal işletme yöneticileri ile uluslararası yöneticileri arasında anlamlı bir fark olmadığına yönelik yapılan Bağımsız Gruplar T-Testi aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 3.3. Ulusal ve Uluslararası İşletme Yöneticilerinin KSS Faaliyetlerine Yönelik T-Testi

	İşletme	N	M	SS	sd	t	p
Ekonomik Sorumluluk	Ulusal	34	3,90	0,89			
	Uluslararası	30	3,91	0,68	62	-0,057	.955
Yasal Sorumluluk	Ulusal	34	3,99	0,92			
	Uluslararası	30	4,12	0,59	62	-0,670	.505
Etik Sorumluluk	Ulusal	34	4,21	0,85			
	Uluslararası	30	4,43	0,52	62	-1,216	.229
Gönüllü Sorumluluk	Ulusal	34	3,89	0,98			
	Uluslararası	30	3,73	0,90	62	-0,684	.497

N=Örneklem Sayısı; M=Ortalama; SS=Standart Sapma; sd=Serbestlik Derecesi

T-Testi sonuçlarına göre uluslararası işletme yöneticilerinin KSS boyutlarından ekonomik sorumluluk ortalaması (M=3,91), ulusal işletme yöneticilerinin ekonomik sorumluluk ortalamasından (M=3,90) yüksek çıkmış; ancak aradaki fark istatistiksel açıdan anlamlı değildir ($t_{62} = -0.057$; $p > 0.05$). Bu sonuca göre H1a hipotezi desteklenmiştir. Ekonomik sorumluluk boyutunu araştırmanın yapıldığı alanın özellikleriyle beraber değerlendirilebilir. Bölgedeki ulusal işletme yöneticileri küçük çaplı faaliyetler yürütmektedirler. Ancak günü birlik kâr ya da sadece geçimini sağlayabilecek kadar bir kazanca odaklanmamaktadırlar. Uluslararası faaliyet yürüten işletmeler kadar ekonomik sorumlulukları önemsemektedirler. Daha önce yapılan benzer çalışmalarda da (Bakırtaş, 2005; Aras vd., 2010) bütün işletmelerin ekonomik sorumlulukları önemsedığı belirlenmiştir.

KSS'nin diğer boyutu yasal sorumluluk ortalamaları arasındaki sonuçlara bakıldığında, uluslararası işletme yöneticilerinin ortalamasının (M=4.12), ulusal işletme yöneticilerinden yüksek olduğu (M=3.99); ancak söz konusu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olmadığı belirlenmiştir ($t_{62} = -0.670$; $p > 0.05$). Bu sonuçla H1b hipotezi desteklenmiştir. Yasal sorumluluk boyutu ele alındığında işletmelerin kuruluş aşamasında ve faaliyet sürecinde kanunlara uygun şekilde hareket etmektedir. Fakat bölgedeki ulusal işletme yöneticileri küçük ölçekli faaliyet

yürüttüğünden ötürü daha az şekilde yasal sorumluluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Uluslararası işletme yöneticileri ise uluslararası kanunlardan dolayı daha kapsamlı faaliyet yürüttüğünden yasal sorumluluk daha çok ilgilenmektedir. Ancak aradaki fark anlamlı bulunmamıştır. Nitekim Çam (2010), Cingöz ve Akdoğan (2012) yaptıkları çalışmalarda bütün işletmelerin yasal sorumlulukları yerine getirdiğini ortaya koymuştur.

İşletme yöneticilerinin KSS'nin etik sorumluluk ortalamaları karşılaştırıldığında uluslararası işletme uluslararası işletme yöneticilerinin ortalamasının ($M=4,43$) ile ulusal işletme yöneticilerinden yüksek olduğu ($M=4,21$); ancak söz konusu ortalamalar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın anlamlı olmadığı belirlenmiştir ($t_{62} = -1.216; p>0.05$). Bu sonuç araştırmanın H1c hipotezini destekler nitelikte bir sonuçtur. KSS etik sorumluluk boyutunda toplumun işletmelerden birtakım beklentiler içinde olmasıdır. Diğer bir ifade ile toplumun ulusal veya uluslararası işletmelere uyguladıkları toplumsal yaptırım gücüdür. Uluslararası işletme yöneticilerinin ortalamasının ulusal işletme yöneticilerinin ortalamalarından yüksek olsa da aralarında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla hem uluslararası işletme yöneticileri hem ulusal işletme yöneticileri etik sorumluluklarını önemsemektedirler. Şahin (1996) ve Çam (2010) yaptıkları araştırma sonucunda buna benzer bir sonuç elde etmişlerdir.

Son olarak uluslararası işletme yöneticilerinin KSS'nin gönüllü sorumluluk ortalamasının ($M=3,73$), ulusal işletme yöneticilerinin ortalamasından ($M=3,89$) düşük olduğu tespit edilmiş olup, söz konusu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olmadığı görülmüştür ($t_{62} = 0.648; p>0.05$). Bu sonuç H1d hipotezini destekleyen bir sonuç olup Şahin (1996)'nin çalışmasıyla da benzer bir sonuçtur. KSS boyutu olan gönüllü sorumluluk boyutunda işletmelerin içinden geldikleri gibi hiçbir sosyal baskı olmadan KSS faaliyeti içinde olmalarıdır. Bu boyutta ise ulusal işletme yöneticilerin gönüllü sorumluluk düzeylerinin uluslararası işletme yöneticilerinden daha yüksek olması görülmüştür. Ulusal çaplı faaliyet gösteren işletme yöneticilerinin içinde bulunduğu toplumla beraber yaşadığından dolayı toplumun hassasiyetlerini farkındadır. Dolayısıyla bu yönde gönüllü olarak sorumluluklarını yerine getirdikleri düşünülmektedir. Fakat aradaki farkın yüksek olmaması hem ulusal hem de

uluslararası işletme yöneticilerinin gönüllü sorumlulukları önemsediklerini göstermektedir.

Araştırmanın ikinci amacı olan ulusal ve uluslararası işletme çalışanlarının ÖVD ortalamasını karşılaştırmak için işletme çalışanlarıyla anket yapılmıştır. Çalışmaya katılan çalışanların %51'i ulusal alanda; %49'u uluslararası alanda faaliyet gösteren işletmelerde görev yapmaktadır.

Ulusal ve uluslararası işletmelerde görev yapan söz konusu katılımcıların örgütsel vatandaşlık davranışlarını boyutları açısından aldıkları ortalamaları karşılaştırmak için Bağımsız Gruplar T-Testi yapılmıştır. T-Testi sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 3.4. Ulusal ve Uluslararası İşletme Çalışanlarının ÖVD' ye Yönelik T-Testi

	İşletme	N	M	SS	sd	t	p
Diğergamlık	Ulusal	42	4,28	0,77			
	Uluslararası	41	4,22	0,81	81	0,326	.745
Vicdanlılık	Ulusal	42	4,25				
	Uluslararası	41	4,33	0,89	81	-0,451	.653
Nezaket	Ulusal	42	4,54	0,60			
	Uluslararası	41	4,44	0,71	81	0,698	.487
Centilmenlik	Ulusal	42	4,07	0,72			
	Uluslararası	41	4,15	0,88	81	-0,495	.622
Sivil Erdem	Ulusal	42	4,03	0,75			
	Uluslararası	41	4,15	0,92	81	-0,635	.527

N=Örneklem Sayısı; **M**=Ortalama; **SS**=Standart Sapma; **sd**=Serbestlik Derecesi

Bağımsız Gruplar T-Testi analizi sonucunda ulusal işletmede çalışanların ÖVD boyutlarından diğergamlık boyutunda aldıkları ortalamanın ($M=4.28$), uluslararası işletmede çalışanların ortalamasından ($M=4,22$) yüksek olduğu, ancak aralarında anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir. ($t_{81}=0,326;p>0,05$). Diğergamlık boyutunda temel amaç yardımlaşma duygusudur. Ulusal işletme çalışanları, uluslararası işletme çalışanlarına göre diğergamlık(özgecilik) boyutu ortalamasından daha yüksek olması, uluslararası işletmelerde çalışma imkân ve şartlarının daha uygun olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Fakat ortalamalar arasında

anlamli bir fark olmadığından dolayı hem ulusal hem de uluslararası işletme çalışanları ekstra çaba sarf etmektedirler.

Diğer bir boyuta ele alındığında, ulusal işletmede alışanların ÖVD boyutlarından vicdanlılık boyutunda aldıkları ortalamanın ($M=4,25$) uluslararası işletmede çalışanların ortalamasından ($M=4,33$) düşük olduğu, ancak aralarında anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir. ($t_{81} = -0,451; p > 0.05$). İleri görev bilinci olarak da bilinen vicdanlılık boyutunda uluslararası işletme çalışanların görev bilinci ulusal işletme çalışanlarına göre ortalamalarının daha yüksek olması uluslararası işletmelerinin faaliyet yürüttükleri kişilerin veya toplumun farklı olmasından kaynaklandığı düşünölmektedir. Ulusal ve uluslararası işletme çalışanlarının vicdanlılık boyutu ortalaması arasındaki farkın anlamlı olmaması her iki işletmenin çalışanları vicdanlılığı önemsemektedirler.

Bağımsız Gruplar T-Testi analizi sonucunda ulusal işletmede alışanların ÖVD boyutlarından nezaket boyutunda aldıkları ortalamanın ($M=4,54$) uluslararası işletmede çalışanların ortalamasından ($M=4,44$) yüksek olduğu, ancak aralarında anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir. ($t_{81} = 0,698; p > 0,05$). Nezaket boyutunda ulusal işletme çalışanların nezaket boyutu ortalamalarının uluslararası işletme çalışanlarına göre yüksek olması, ulusal işletmelerin kendi içindeki oluşturmuş oldukları iletişimin daha güçlü olduğundan kaynaklanmaktadır. Fakat aralarındaki farkın anlamlı olmaması hem ulusal hem de uluslararası işletme çalışanlarının nezaketli davranmayı önemsedikleri görölmektedir.

Bağımsız Gruplar T-Testi analizi sonucunda ulusal işletmede alışanların ÖVD boyutlarından centilmenlik boyutunda aldıkları ortalamanın ($M=4,07$) uluslararası işletmede çalışanların ortalamasından ($M=4,15$) düşük olduğu, ancak aralarında anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir. ($t_{81} = -0,495; p > 0,05$). Centilmenlik boyutunda ulusal işletme çalışanların uluslararası işletme çalışanların ortalamasından daha düşük olmasının nedeni ulusal işletme çalışanların yoğun iş temposu, fazla çalışma saatleri ve aldıkları düşük ücretten kaynaklandığı düşünölmektedir. Fakat böyle bir durumun uluslararası işletme alışlarında olmadığı kanısına varılmamaktadır. Çünkü aralarında anlamlı bir fark yoktur.

Son olarak ulusal işletmede çalışanların ÖVD boyutlarından sivil erdem boyutunda aldıkları ortalamanın ($M=4,03$) uluslararası işletmede çalışanların ortalamasından ($M=4,15$) düşük olduğu, ancak aralarında anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir. ($t_{81}=-0,635; p>0,05$). Sivil erdem boyutuna bakıldığında uluslararası işletme çalışanlarının aldıkları ortalamanın ulusal işletme çalışanlarından daha yüksek olduğu görülmektedir. Uluslararası işletme çalışanları daha iyi koşullarda çalıştıkları ve çalışma konusunda daha iyi bir konuma gelebileceğini düşündüklerinden, kendilerini daha çok gösterdikleri düşünülmektedir. Fakat sivil erdem boyutunda hem ulusal hem uluslararası işletme çalışanlarının bu boyuttaki ortalamaları arasındaki fark anlamlı değildir. Dolayısıyla hem ulusal hem de uluslararası işletme çalışanları ekstra çaba harcadıkları düşünülmektedir.

Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında ÖVD boyutlarının hiç birinde anlamlı bir fark çıkmamıştır. Bu sonuçlar H2a, H2b, H2c, H2d ve H2e hipotezlerini desteklemenin yanı sıra daha önce yapılan benzer çalışmaları da (Yan, L., & Yan, J. , 2013; Lee & Ha-Brookshire, 2018) desteklemektedir.

Ulusal ve uluslararası işletme çalışanlarının görev yaptıkları süreler dikkate alındığında her iki işletme çalışanlarının bulundukları işyerinde ortalama 4 yıldır görev yaptıkları belirlenmiştir. Çalışanların bir kurumdaki görev süresi arttıkça ÖVD'lerinin de arttığı yönündeki araştırma bulguları (Tokgöz & Seymen, 2013; Bıyık & Aydoğan, 2014) dikkate alındığında, bu durum ulusal ve uluslararası işletme çalışanlarının ÖVD'leri arasında fark olmamasının bir nedeni olabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada temel amaç; globalleşen dünyada artan rekabet ve hızlı bir değişim içinde olan teknoloji, sosyal-kültürel değişim gibi faktörlerin işletmelerin sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışına bağlı olarak değişen şartlara entegre olmaları gereğini ortaya koymaktadır. İşletmelerin bu şekildeki değişim tarzları, hem işletmenin sürekliliği açısından hem de itibarını koruma ve yükseltme açısından önemli bir değer olmuştur. Bu değerler ve değişimler çerçevesinde, işletme yöneticilerinin kurumsal sosyal sorumluluk ve çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı anlayışında etki etmektedir. Dolayısıyla yöneticilerin ve çalışanları bu algılarındaki değişimin etkilerini araştırılması ve ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Çalışmanın bir diğer amacı yöneticilerin KSS algıları ve çalışanların ÖVD düzeylerinin işletmelerin uluslararasılaşmasındaki etkisini belirlemektir. Bu kapsamda ulusal düzeyde faaliyet gösteren işletmeler ile uluslararası düzeyde faaliyet gösteren işletmeler arasında karşılaştırma yapılmıştır.

Bu çalışmadaki teorik çerçevenin birinci bölümünde, kurumsal sosyal sorumluluk; ikinci bölümünde, örgütsel vatandaşlık davranışı kavramlarının tanımı, tarihsel gelişimi, boyutları, teorik temelleri, kavramlar üzerinde yapılan çalışmalar gibi söz konusu kavramları açıklayıcı nitelikteki kısım oluşturulmuştur. Üçüncü bölümde ise; KSS ve ÖVD'nin uluslararasılaşmadaki etkisini belirlemeye yönelik yapılan alan araştırmasına yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen verilere değinmeden önce, çalışmanın önemine yer vermekte fayda vardır. İlk olarak bu çalışmada uluslararası yazında az sayıda çalışılmış olan ancak ulusal yazında yeterince çalışılmadığı düşünülen, işletmelerin sürekliliklerinin devamı ve hedeflerine ulaşabilme konusunda önem arz eden KSS

faaliyetleri ele alınmış ve ulusal ve uluslararası işletme yöneticilerinin bu faaliyetleri uygulama düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma yaptığımız Şırnak İlinde işletmelerin genelinin yeteri kadar kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinde bulunmadıkları tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak kurumsal sosyal sorumluluk algılarının da yeteri düzeyde gelişmediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla işletme yöneticilerinin büyük bir kısmı kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını daha çok hayır kurumlarına, derneklere ve camilere yardım olarak algılamaktadırlar. İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin olması gerektiğini ve önemsenmesi gerektiğini iddia etmelerine rağmen söz konusu işletmelerin KSS uygulamalarında yeteri kadar icraatta bulunmadıkları gözlenmiştir. KSS faaliyetlerindeki bu eksiklik araştırma yapılan Şırnak il ve ilçelerinde olduğu gibi Türkiye'nin genel bir sorunu olduğu düşünülmektedir (Öztürk, 2009).

Yapılan analizler sonucunda ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri arasında ekonomik sorumluluklar, yasal sorumluluklar, etik sorumluluk ve gönüllü sorumluk açısından anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Çalışmayı yürüttüğümüz bölgede daha önce yazınsal çalışmaların çok az yapılması, araştırma konusu olan işletmelerin verdiğimiz anketleri doldurmada çekingen davranmaları ve çoğu zaman anketleri kabul etmeyişleri çalışmamızın alanını daraltmıştır. Çalışmamıza katılım sağlayan ister ulusal ister uluslararası işletme yöneticileri olsun kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini önemsediklerini, alt yapıları elverişli olduğunda KSS alanında kapsamlı projeler yürüteceklerini dile getirilmiştir. Yöneticiler KSS projelerinin bir işletmenin imajı için ne kadar değerli ve önemli olduğunun kanısındadırlar. Aynı zamanda KSS işletmelerin uluslararasılaşmasında çok etkili bir kavram olduğunu bilincinde oldukları, fakat bunu için yeteri kadar hem finansal hem de beşeri sermaye kapasitelerinin yeterli olmadığını dile getirmiştir. Bu bilinçte olan işletmeler KSS faaliyetlerini ve projelerinin uluslararası ilişkilerinde paydaşlarına güven vermeleri noktasında önemli bir rol oynadığının farkındadırlar. İşletmelerin bu düşünceleri ele alındığında ileriki yıllarda araştırma yaptığımız bölgede KSS faaliyetleri adına önemli adımların atılacağı düşünülmektedir.

Uluslararası Türk işletmelerin çalışanları ve yöneticileri büyük bir kısmı kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin kültürel destek ve bağışlardan öteye gitmediği görülmüştür (Küçük, 2009). Çalışmamıza konu olan Şırnak ili ve ilçelerinde ulusal

ve uluslararası işletmelerde de aynı durumu görmek mümkündür. İşletmelerin geneli kurumsal sosyal sorumluluk projelerini kültürel destek ve bağışlardan ibaret olduğu kanısındadırlar. Bu yönüyle çalışmamız Küçük'ün 2009'da yaptığı çalışmayla benzerlik göstermektedir.

Çalışmada elde edilen bir diğer sonuç ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında ÖVD boyutları olan diğergamlık, vicdanlılık, nezaket, centilmenlik ve sivil erdem gibi boyutları açısından anlamlı bir fark olmamasıdır. Bir işletmenin en önemli değeri insan kaynağıdır. İnsan kaynağının ön planda tutulması işletmelerin büyümesinde ve başarılı olmasında önemli bir etkidir. Çalışmanın yapıldığı işletmeler de insan kaynağının ne kadar önemli olduğunun bilincinde oldukları görülmüştür. Aynı zamanda işletmelerin uluslararasılaşmasında beşeri sermayenin ne kadar önemli olduklarının farkındadırlar. Çalışmanın yürütüldüğü alanda ÖVD ortalamaları yüksek olsa da aralarında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Aslında çalışanlar kendilerinden beklenen ekstra rol davranışı sergilemektedirler. Fakat KSS de ortaya çıkan sosyal, finansal ve beşeri sermaye gibi bazı problemlerden dolayı ÖVD' nin de etkilendiği düşünülmektedir.

Araştırma konusu olan işletmelerde uluslararasılaşmada kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışının etkili olmadığı görülmüştür. Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin desteklenme durumları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 3.5. Hipotezlerin Desteklenme Durumu

Hipotez	Desteklenme Durumu
H1a: Ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri arasında ekonomik sorumluluklar açısından anlamlı bir fark yoktur	Desteklendi
H1b: Ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri arasında yasal sorumluluklar açısından anlamlı bir fark yoktur	Desteklendi
H1c: Ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri arasında etik sorumluluklar açısından anlamlı bir fark yoktur	Desteklendi

H1d: Ulusal ve uluslararası işletme yöneticileri arasında gönüllü sorumluluklar açısından anlamlı bir fark yoktur	Desteklendi
H2a: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında diğerkâmlık açısından anlamlı bir fark yoktur	Desteklendi
H2b: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında vicdanlılık açısından anlamlı bir fark yoktur	Desteklendi
H2c: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında nezaket açısından anlamlı bir fark yoktur	Desteklendi
H2d: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında centilmenlik açısından anlamlı bir fark yoktur	Desteklendi
H2e: Ulusal ve uluslararası işletme çalışanları arasında sivil erdem açısından anlamlı bir fark yoktur	Desteklendi

Bu çalışmada yapılan analiz sonuçlarına dayanarak işletmelerin uluslararasılaşmayı geliştirmek için bir takım öneriler gösterilebilir. Bu öneriler kapsamında, başta işletmelerin uluslararasılaşması için danışmanlık hizmetleri sunulmalı ve finansal destekler verilmelidir. Faaliyet gösterdikleri toplumun hassasiyetlerine uygun hareket edip bu konuda mal ve hizmet geliştirilmelidir. İşletmelerin uluslararasılaşması için toplumun beklentilerine yönelik çalışmalar yapılmalı, çevresine, yurtiçi-yurtdışı paydaşlarına, rakiplerine, müşterilerine ve tüketicilerine karşı sorumluluk duygusu içinde faaliyet gösterilmelidir. İşletmelerin dış dünyaya açabilecek liyakatli personeli istihdam edilmelidir. İşletmeler markalaşma konusunda eksiklikleri giderilmeli ve markalaşmada rekabet edilebilir çalışmalar içinde olunmalıdır. Rakiplerin, toplum ve doğa için yapmadığı veya sunmadığı sorumluluk projelerini sunmak için harekete geçmek ve bu alanda teknik personel istihdam edilmelidir. İşletmeler çalışanların örgüte karşı olan gönüllü davranışlarını ortaya çıkarıp verimliliği artırabilirler. Bu şekilde hareket eden işletmeler, topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmiş olup kârını maksimum seviyeye çıkarma konusunda başarılı performans sergilenmiş olup

uluslararasılaşmasında önemli derecede mesafe alacağı düşünülmektedir. Böyle bir ortamda çalışan kişiler ise motivasyonu ve iş tatmini yüksek bir şekilde örgütsel vatandaşlık davranışı gösterebilmektedir.

Ayrıca çalışanları da ÖVD’ de denilen kurumları için ekstra rol davranışı sergilemektedirler. Bu sonuç işletmelerin uluslararasılaşma konusunda hem yöneticiler hem de çalışanlar bakımından beşeri sermayeye sahip olduğunu göstermektedir. Ulusal işletmelerin uluslararasılaşmasının temelinde finansal sıkıntılarının olduğu düşünülmektedir. Eğer söz konusu işletmelere yurtdışına açılmaları konusunda finansal ve danışmanlık hizmeti verildiği takdirde faaliyetlerin uluslararası alana yayacaklarını öngörülmektedir. Hali hazırda uluslararası faaliyetlerde bulunan işletmelerin ise söz konusu desteklerle faaliyetlerinin kapsamını geliştirecekleri düşünülmektedir.

Şırnak ili ve bölgesinin jeopolitik fırsatları gözönünde bulundurularak KSS ve ÖVD uygulamalarının artması, politika yapıcılar açısından özendirilmesine ilişkin teşvikler sunulması, bölgesle kalkınma odaklı kamu kurum ve kuruluşlarının KSS ve ÖVD hakkında hibe ve danışmanlık hizmetlerine yönelik desteklerin sunulması, Şırnak üniversitesinin ilgili bölümleri ile üniversite-sanayi iş birliği oluşturularak KSS-ÖVD hakkında eğitimlerin verilmesi vb. öneriler kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışına ilişkin algılarının artmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Diğer önemli bir öneri ise, Şırnak bulunduğu coğrafya gereği Irak ve Suriye’ye komşu olması, yakın zamanda hizmete geçecek olan Şırnak-Van karayolunun tamamlanmasıyla İran’a bağlanması, aynı zamanda ülkemizin en çok ihracat yapılan ikinci sınır gümrük(habur) kapısına sahip olması nedeniyle stratejik bir öneme sahiptir. Bu stratejik konum işletmelerin uluslararasılaşmasında önemli bir fırsattır. Bu avantajlar göz önünde bulundurulursa işletmeler hem ulusal hem uluslararası alanda önemli fırsatları elinde bulundurmaktadırlar. Bu avantajları değerlendirildiğinde işletmeler ekonomik kârların yanında uluslararasılaşmasında önemli fırsatlar elde edebilirler. Dolayısıyla işletmelerin hem uluslararasılaşmasında hem kurumsal sosyal sorumluluk elde etmesinde hem de örgütsel vatandaşlık algılarının gelişmesinde önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatları değerlendiren

işletmeler kısa vadede hem yurt içinde hem de yurt dışında önemli kazanımlar elde edeceği düşünölmektedir.

Sonuç olarak kurumsal sosyal sorumluluğu ilke edinmiş olan kurumlar topluma, çevreye ve paydaşlarına karşı olan sorumluluklarını gerçekleştirmek için ekonomik sorumluluklar, yasal sorumluluklar, etik sorumluluklar ve gönöllö sorumlulukları politikaları, stratejileri ve faaliyetlerine yansıtırlar. Buna bağlı olarak çalışanların örgötsel vatandaşlık tutumlarını da artıracaağı düşünölmektedir. KSS algıları artan yöneticiler ve ÖVD düzeyleri yüksek çalışanların olduğu ulusal işletmelere sunulacak danışmanlık ve finans desteği ile bu işletmelerin uluslararası düzeyde faaliyet gösterecek bir konuma geleceği öngörölmektedir. Aynı özelliklere sahip olan ve uluslararası düzeyde faaliyet gösteren işletmeler ise kendilerine sunulacak danışmanlık ve finans desteği faaliyetlerinin kapsamını geliştirerek uluslararası alanda rekabet gücünü arttırabilecektir. Uluslararası piyasada faaliyet gösteren güçlü işletmeler de ölkö ekonomisine büyük katkıda bulunacaktır.

Kaynakça

- Acar, A. (2006). Örgütsel Yurttaşlık Davranışı: Kavramsal Gelişimi ile Kişisel ve Örgütsel Etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7(1), 1-14.
- Ağlargöz, O., ve Akgül, A. Y. (2019). Kurumsal sosyal sorumluluk performansı ve uluslararasılaşma düzeyi: Fortune 100 Türkiye işletmeleri kapsamında bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 63-81.
- Akkoyunlu, G., ve Kalyoncuoğlu, S. (2014). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Marka Algısı Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi. *Niğde Üniveristesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 125-144.
- Aktan, C. C., ve Börü, D. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: İGİAD Yayınları.
- Aktan, C., ve Vural, İ. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Uluslararası ve Hükümet-Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürüdülen Başlıca Girişimler). *Çimento İşveren Dergisi*, 21(3), 4-21.
- Aras, G. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Muhasebe ve Denetim Uygulamaları Yansımaları. *İç Denetim Dergisi*(20), 2-7.
- Aras, G., Aybars, A., ve Kutlu, O. (2010). Managing corporate performance: Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging markets. *nternational Journal of Productivity* , 229-254.
- Argüden, Y. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. (C. Aktan, Dü.) İstanbul: İGİAD yayınları.
- Arslan, A. (2018). Türkiye'deki Dezavantajlı ve Risk Altındaki Çocuklara Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Bir Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi İncelenmesi. Muğla: Muğla Sıtku Koçman üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi (yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi).
- Atalay, İ. (2005). Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Adalet. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (yayınlanmamış yüksek Lisans tezi).
- Ateşoğlu, İ., ve Türker , A. (2010). Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 207-226.
- Auger, P., Burke, P., ve Louivere, J. (2003). What Will Consumers Pay for Social Product Features? *Journal o Bussines Ethics*, 42(3), 281-304.

Ay, C., ve Aytekin, P. (2005). Reklamda Etik. *Öneri*, 6(24), 45-60.

Aydemir, P. (2019). İşletmelerin Kurumsal Düzeyleri Çalışanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişki: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Ayvaz, A. (2012). *Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının Toplumsal Vatandaşlık İçerisinde Konumu ve Birbirleriyle Olan Etkileşimi Üzerine Bir Araştırma*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Bakırtaş, H. (2005). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: Konaklama Sektöründe Bir Uygulama. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Balay, R. (2000). Özel ve Resmi Liselerde Yönetici ve Öğretmelerin Örgütsel Bağlılığı (Ankara İli Örneği). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi).

Balı, S., ve Cinel, M. O. (2011). Bir Rekabet Aracı Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk. *ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 46-60.

Balıkçioğlu, B., ve Karacaoğlu, K. (2007). Sosyal Bir Ürün olarak Topluma Pazarlanan Hayırseverlik; Stratejik Hayırseverlik. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, 121-141.

Basım, H. N., ve Şeşen, H. (2006). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Uyarlama ve Karşılaştırma Çalışması. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*.

Başbuğ, Ş., ve Örs, H. (2018). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Dezavantajlı Gruplar Tüketici Tutumu*. İstanbul: Beta.

Başçı, A., ve Ertemel, A. (2015). Kurumsal itibar ölçümünde kurumsal kişilik perspektifi ve işletme öğrencilerinin kurumsal kişilik algılamalarına yönelik bir araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2(1), 1-10.

Başer, U. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı Üzerine Bir Araştırma. İzmir: Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Bayar, Y. (2018). Kurumsal İtibar Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: İYTE öğrencilerine Yönelik Araştırma. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi.

- Bayar, Y. (2019). Türkiye'deki Üniversite Öğrencilerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı: Literatür Taraması. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 123-142.
- Bayrak, S. (2001). *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Beta yayınları.
- Bayraktaroğlu, S., Yılmaz, S., ve Can, M. (2014). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Örgütsel Bağlılığa Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 99-122.
- Bir, Ç. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk; Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bıyık, Y., ve Aydoğan, E. (2014). Duygusal emek ile örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi: Bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 159-180.
- Blau, P. (1964). Power and exchange in social life. *New York: Wiley*, 88-97.
- Bolat, O., Bolat, T., ve Seymen, O. (2009). Güçlendirici Lider Davranışları ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Sosyal Mübadele Kuramının Hareketle İncelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), 215-329.
- Boz, D. (2017). İşletmelerin Sürdürülebilirliği(Hayatıyeti) için İşletmenin Gereksinimleri Hiyerarşisi ve Örgütsel Mizyon Çözüm Olabilir Mi? *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 52-62.
- Boz, D. (2018). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Örgütsel Yenilikçiliğin Toplam kalite Yönetimi Uygulamaları Üzerindeki Etkileri: TR33 Zafer Kalkınma Ajansı Bölgesindeki İşletmelerde Örnek Bir Uygulama. 6. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi.
- Bozkurt, F., Ergeneli, A., Bakırtaş, H., ve Ece, s. (2019). Doğa Merkezli Bakış Açısı ile Çevreci Sosyal Sorumluluk Projeleri Olan İşletmelere Yönelim Arasında Çevreci Davranışın Aracı Etkisi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(4), 11-20.
- Bozlağan, R. (2010). Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1012-1028.
- Bulduklu, Y. (2015). Kurumsal vatandaşlığın Kurum İmajı Üzerindeki Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 17(1), 1-20.
- Can, N., ve Özer, S. (2011). Eğitim Örgütlerinde Lider Davranış Biçimleri İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki (Nev. Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1-17.

- Canpolat , N., Kısaç, A., ve Byasnihov, G. (2013). Kurumsal İletişimde İki Stratejik Alan: Pazarlama ve Halkla İlişkiler üzerine Bir değerlendirme. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(2), 259-274.
- Carrol, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility:Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 7(8), 41-43.
- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Busines & Socity*, 38(3), 268-295.
- Carroll, A., ve Burchholtz, A. (2000). *Business and Society: Ethics and Stakeholder management*. Australia: South-Western College Publishing.
- Cin, H. (2018). Lüks Markaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarına Yönelik Bir Araştırma. (s. 202). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstistüsü.
- Crowthe, D., ve Aras, G. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Ventus Publishing ApS. BookBoon.com.
- Çalışkan, O., ve Ünüsan, Ç. (2011). Otel Çalışanlarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İş Tatmini ve İşte Kalma Niyetine Etkisi. *Anatolla: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 154-166.
- Çam, Y. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel vatandaşlık Davranışı arasındaki ilişki Üzerine Bir Uygulama. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Çelik, A. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. (c. Aktan, Dü.) İstanbul: İGİAD yayınları.
- Çelik, Y. (2013). İşletmenin Kurumsal Sosyal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Algısı ve İş Tatmini Arasındaki İlişki ve Bir Araştırma. İstanbul: İstanbul Üniveristesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yüksek Lisans Tezi).
- Çetinkaya, m., ve Çimenci, M. (2014). Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi ve Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü: Yapısal Eşitlik Modeli Çalışması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 12(23), 237-278.
- Demir, B. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 225-233.
- Demir, R., ve Türkmen, E. (2014). Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alagılarının Örgüte Bağlılıkları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine Yönelik

Bir Araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 47-59.

Demirci, U. (2018). Örgütsel Sosyalleşme Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisine Eğitim Etkisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi.

Dinçer, Ö. (1991). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Timaş Yayınları.

Doğan, N. (2007). *İş Etiğinin Kurumsal Sosyal Sorumluluktaki Rolü ve Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Doğan, P. (2015). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Gsm Şirketlerinin İmajı ile İlişkisi: Turkcell, Vodafone ve Avea Örnekleri*. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Durkheim, E. (1986). *Meslek Ahlakı*. (M. Karasan, Çev.) İstanbul: Milli Eğitim Yayınları.

Düren, A. (2002). *2000'li Yıllarda Yönetim*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Erdoğan, İ. (1996). *İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış*. İstanbul: İstanbul İşletme Fakültesi Yayını. (Aktaran: İlker Atalay).

Erdoğan, İ. (2010). Örgütsel bağlılığın Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

Erken, B. (2010). *Çalışma Ahlakının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama*. Bilecik: Bilecik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Ertan, K. (1998). Çevre Etiği. *Amme İdaresi Dergisi*, 31(1), 125-139.

Gardberg, N., ve Fombrun, C. (2006). Corporate Citizenship: Creating Intangible Assets Across Institutional Environments. *Academy Of Management Review*, 31(2), 329-346.

Gürbüz, G. (2008). *İşletmelerde Kurumsallaşma Uygulamalarına Yönelik Çalışan Tutumlarının Örgütsel Vatandaşlık ile İlişkisine Yönelik Bir Uygulama*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Gürbüz, S. (2007). Yöneticilerin Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının İş Tatmini ve Algıladıkları Örgütsel Adalet ile İlişkisi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi.

- Gürbüz, S. (2013). Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İşletmeler Açısından Önemi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 529-538.
- Güven , M. (2006). *Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Halıcı, A. (2001). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stratejileri: Çanakkale İlinde Bir Araştırma. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 11-26.
- İlic, D. k. (2010). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Literatür Taraması. *Ege Akademik Bakış*, 310-318.
- İşseveroğlu, G. (2001). İşletmelerde Sorumluluk ve Etik. *Celal Bayar üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Dergisi*, 8(2), 56-67.
- Kalender, A., ve Fidan, M. (2011). *Halkla İlişkiler*. Konya: Tablet Yayınları.
- Kalkan, A. (2013). Algılanan Örgüt Kültürünün Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerinde Etkisi: Kuramsal ve Görgül Bir Araştırma. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi.
- Kamer, M. (2001). *Örgütsel Güven, Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkileri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Kaplan , İ. (2011). *Örgütsel Tandaşlık Davranışı ve İş tatmini İlişkisi; Emniyet Teşkilatı Üzerinde Bir Uygulama*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karacaer, S., ve Bozkurt, F. (2010). Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Raporlanmasında Kullanıcıların Algıları Üzerine Bir Alan Araştırması. *Muhasebe Öğretim Üyeleri Bilim ve Dayanışma Vakfı (MÜDAV) Muhasebe Bilim Dergisi*(3), 43-65.
- Kaşlı, T. (2011). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka İmajı ve Marka Farkındalığına Etkileir: İşletme Öğrencilerine Yöneelik Bir Uygulama*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Kaya, D. (2013). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı. *Türk İdare Dergisi*(476), 265-287.
- Keleş, Y., ve Pelit, E. (2009). Otel İşletmesi İşgörenlerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları: İstanbul'daki Beş Yıldızlı İşletmelerinde Bir Araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 24-45.
- Key, S. (1999). Toward a New Theory of the Firm: a Critique of Stakeholder Theory. *Management Decision*, 37(4), 317-328.

- Kotler, P., ve Lee, N. (2006). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. (S. Kaçamak, Çev.) İstanbul: MediaCat.
- Köktürk, G. (2002). Ekonomi-Çevre-Yönetim İlişkisi Bağlamında Bir 21.Yüzyıl Fenomeni: Sürdürülebilir Kalkınma. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 4(2).
- Köse, S., Kartal, B., ve Kayalı, N. (2003). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Tutuma İlişkin Faktörlerle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1-19.
- Küçük, Y. (2016). *SPSS ile İstatistik, Biyoistatistik ve Modern Bilimsel Araştırma*. İstanbul: Hünkar Ofset.
- labour, o. i. (2019). *Sosyal 01 uygunluk Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Kaideler ve Kurallar*. İstanbul: İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği.
- Lee, S. H., ve Ha-Brookshire, J. (2018). The effect of ethical climate and employees' organizational citizenship behavior on U.S. fashion retail organizations' sustainability performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 939-947.
- Maignan, I., ve Ferrell, O. C. (2000). Measuring Corporate Citizenship in Two Countries: The Case of the United States and France. *Journal of Business Ethics*, 283–297.
- Organ, D. Y. (1988). *Organizational Citizenship Behavior: the Good Syndrome*. Lexington Books/Lexington.
- Öge, S. (2001). Örgüt İklimi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(4), 132-143.
- Özalp, İ., Tonus, H., ve Geylan, A. (2001). İşletmelerde Paydaş (Stakeholder) Kavramı ve Paydaşların Yönetimi Arçelik Ve Tusaş'ta Ypılan Bir Uygulama. 24-26 Mayıs 9. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı*.
- Özarslan, E. (2006). Sosyal Sorumluluk projelerinin Desteklenmesinde Etik Değerlerin Rolü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Özen İşbaşı, J. (2000). Çalışanların Yöneticilerine Duydukları Güvenin ve Örgütsel Adaletle İlişkin Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Oluşumundaki Rolü: Bir Trurizm Örgütünden Uygulama. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Özgen, E. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*(8), 1-2.

- Özgener, Ş. (2000). İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk: İmalat Sanayiinde Bir Uygulama. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi.
- Öztürk, Ö. N. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Gelişimi ve Türkiye'de Uygulanması. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Konya.
- Özüpek, M. (2004). Kurum İmajında Sosyal Sorumluluk Kurumsal ve Uygulamalı Bir Çalışma. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Peltekoğlu, F. B. (1993). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Yayınları.
- Podsakoff, P., Mackenzie, S., Paine, J., ve Bachrach, D. (2000). Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature. (A. S. ALGUR, Dü.) *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- Pusak, S. (2014). Türkiyede Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Araştırma; Şirketlerin Peryodik Yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İçerik Analizleri. Mersin: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Sezgin, F. (2005). Örgütsel Vatandaşlık Davranışları: Kavramsal Bir Çözümleme ve Okul Açısından Bazı Çıkarımlar. *GÜ. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 317-339.
- Sezgin, M. (2019). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk (kampanya denemeleri)*. İstanbul: Kriter.
- Şahin , E. (1996). İşletme-Çevre Etkileşimi ve İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi).
- Şimşek, N. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması İle Finansal Performans Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Çimento Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yüksek Lisans Tezi).
- Taşçı, D., ve Eroğlu, E. (2008). Kurumsal İletişim kalitesinin oluşmasında Yöneticilerin Geribildirim Verme Becerilerin etkisi. *Selçuk iletişim*, 5(2), 26-34.
- Taştan, S. (2019). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Yönetimi. Ç. Sefa, S. Güzel, & Y. Şükran içinde, *Çağdaş Yönetim Yaklaşımları* (s. 183-221). Ankara: Gazi Kitabevi.

- Tenekecioğlu, B. (1977). İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları. *Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi*, 13(2), 46-62.
- Tokgöz, E., ve Seymen, O. A. (2013). Örgütsel güven, örgütsel özleşleşme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki: Bir devlet hastanesinde araştırma. *Öneri*, 61-76.
- Tokgöz, N., ve Önce, S. (2009). Şirket Sürdürülebilirliği: Geleneksel Yönetim Anlayışına Alternatif. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 249-275.
- Top, S., ve Öner, A. (2008). İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 4(7), 95-108.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2020). 9 24, 2020 tarihinde United Nations Conference on Trade and Development web sitesi:
<https://unctad.org/SearchCenter/Pages/Results.aspx?k=social%20responsibility> adresinden alındı
- Ural, E. (2006). *Stratejik Halka İlişkiler Uygulamaları*. İstanbul: Birsen.
- Ural, Z. (2013). Kurumsal İletişim Çalışmalarının Sürdürülebilirliği Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Uzunkaya, h. (2019). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Artin Üniversitesi Hopa İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. Trabzon: Avrasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Ünüvar, T. (2006). An Integrative Model Of Job Characteristics, Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behavior. 177. Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi.
- Üstünbaş, B. (2019). Kurumsal Çekicilik Algısının Oluşumunda Sponsorluk Faaliyetlerinin Etkisi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Vural, Z., ve Coşkun, G. (2011). Sosyal Sorumluluk ve Etik. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 62-87.
- Yan, L., ve Yan, J. (2013). Leadership, organizational citizenship behavior, and innovation in small business: An empirical study. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 183-199.

Yılmaz Sert, N. (2012). Kurumsal Soayal sorumluluk ve Aktivizm İlişkisinin Araştırılması: Türkiye'de Özel Sektör, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm. İstanbul: İstanbul üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlamamış Doktora Tezi.



EKLER

Ek 1: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anket Formu

Faaliyet alanı:

Eğitim Durumu:

Faaliyet süresi: İlk Okul () Lise () Lisans () Y.Lisans () Diğer ()

Çalışan sayısı:

İşletmenize ilişkin olarak aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı ilgili kutucuklara X işareti koyarak belirtiniz.		Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Kârımızı en üst düzeye çıkarma konusunda başarılıyız					
2	Faaliyet maliyetlerini en düşük düzeye getirebilmek için çabalıyoruz					
3	Çalışanların üretkenliğini yakından izliyoruz					
4	Üst yönetim uzun vadeli stratejiler oluşturur					
5	İşletmemizin yöneticileri yasalara uyum sağlar					
6	İşletmemiz işe alma ve çalışan hakları konusunda yasal düzenlemelere dikkat eder					
7	İşletmemizin, işgücü çeşitliliğini (cinsiyet, yaş, etnik) desteklenmektedir.					
8	İşletmemizdeki politikalar çalışan tazminatı ve ikramiye konusunda ayrımcılığı önler					
9	İşletmemizin kapsamlı ahlaki ilkeleri vardır					
10	İşletmemiz güvenilir bir işletme olarak tanınmaktadır					
11	Çalışanları değerlendirme sürecinde iş arkadaşlarına ve ortaklara yönelik dürüstlük önemli bir kriterdir.					
12	İşletmemizdeki yanlış uygulamalarla ilgili çalışanların verdiği raporların incelenmesi gizlilik içinde yürütülmektedir					
13	Satış personelimiz ve çalışanlarımızın müşterileri eksiksiz ve düzgün bir şekilde bilgilendirmeleri gerekir					
14	İşletmemiz, eğitim almak isteyen çalışanları desteklemektedir					
15	İşletmemizdeki esnek politikalar çalışanlara iş ve kişisel hayatını daha iyi uyumlaştırmasına imkân verir					
16	İşletmemiz, yardım kuruluşlarına bağışlarda bulunur					
17	İşletmemizde enerji ve malzeme tasarrufuna yönelik bir program mevcuttur					
18	Yerel işletme ve okullarla işbirliği yapılmasını teşvik ediyoruz					

Ek 2: Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Anket Formu

Cinsiyet:

Yaş:

Eğitim Düzeyi:

Medeni

Durum:

Kurumdaki görev süresi:

Günlük çalışma saati:

1= Hiç Katılmıyorum; 2= Katılmıyorum; 3= Kararsızım; 4= Katılıyorum; 5= Kesinlikle Katılıyorum

1	Yöneticim bilmeden bir hata yaptığımda beni kurumdaki diğer kişilere karşı savunur.	1	2	3	4	5
2	Yöneticim işler çıkmaza girdiğinde güvenilebileceğim biridir	1	2	3	4	5
3	Yöneticim, işimle ilgili sorunları dinlemeye her zaman için hazırdır	1	2	3	4	5
4	Yöneticim işimde önemli bir şey başardığımda takdir edilmemi sağlar	1	2	3	4	5
5	Yöneticim, görüşlerimi dikkate alır	1	2	3	4	5
6	Yöneticim işime yönelik amaç ve isteklerimi öğrenmek için bana zaman ayırır	1	2	3	4	5
7	Yöneticim, bir işi iyi yaptığımda beni takdir eder	1	2	3	4	5
8	Yöneticim performansımı nasıl geliştireceğim konusunda bana yol gösterir	1	2	3	4	5
9	Yöneticim, işimi yapmamda yardımcı olur	1	2	3	4	5
10	Yöneticim çalışanlarını başkalarına karşı canla başla savunur	1	2	3	4	5
11	Yöneticim, sağlık, mutluluk gibi genel durumumla ilgilenir	1	2	3	4	5

D1	Günlük izin alan bir çalışanın o günkü işlerini ben yaparım	1	2	3	4	5
D2	Aşırı iş yükü ile uğraşan bir şirket çalışanına yardım ederim	1	2	3	4	5
D3	Yeni işe başlayan birisinin işi öğrenmesine yardımcı olurum	1	2	3	4	5
D4	İşle ilgili problemlerde elimde bulunan malzemeleri diğerleri ile paylaşmaktan kaçınmam	1	2	3	4	5
D5	İş esnasında sorunla karşılaşan kişilere yardım etmek için gerekli zamanı ayırırım	1	2	3	4	5
V1	Zamanımın çoğunu işimle ilgili faaliyetlerle geçiririm	1	2	3	4	5
V2	Şirketim için olumlu imaj yaratacak tüm faaliyetlere katılmak isterim	1	2	3	4	5
V3	Mesai içerisinde kişisel işlerim için zaman harcamam	1	2	3	4	5
N1	Diğer çalışanların hak ve hukukuna saygı gösteririm	1	2	3	4	5
N2	Beklenmeyen problemler oluştuğunda diğer çalışanları zarar görmemeleri için uyarırım	1	2	3	4	5
N3	Birlikte görev yaptığım diğer kişiler için problem yaratmamaya gayret ederim	1	2	3	4	5
C1	Önemsiz sorunlar için şikâyet ederek vaktimi boşa harcamam	1	2	3	4	5
C2	Mesai ortamı ile ilgili olarak problemlere odaklanmak yerine olayların pozitif yönünü görmeye çalışırım	1	2	3	4	5
C3	Mesaide yaşadığım yeni durumlara karşı gücenme ya da kızgınlık duymam	1	2	3	4	5
C4	Şirket içinde çıkan çatışmaları çözülmesinde aktif rol alırım	1	2	3	4	5
S1	Üst yönetimce yayımlanan duyuru, prosedür vb. okurum ve ulaşabileceğim bir yerde bulundururum	1	2	3	4	5
S2	Şirketin sosyal faaliyetlerine kendi isteğimle katılırım	1	2	3	4	5
S3	Şirket yapısında yapılan değişimlere ayak uydururum	1	2	3	4	5
S4	Her türlü geliştirici faaliyet icra eden araştırma ve proje gruplarının içerisinde yer alırım	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ**KİŞİSEL BİLGİLER**

Adı-Soyadı: İdris HACIOĞLU

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Tarihi
Lisans	Şırnak Üniveristesi	2014
Yüksek Lisans	Şırnak Üniversitesi	2021

YABANCI DİL

İngilizce