

Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algıları ve Örgütsel Bağlılık Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi¹

Examination of the Relationship between the Perceptions of Corporate Social Responsibility of Employees and the Dimensions of Organizational Loyalty

Serhat KARANFİL^a Arzu EKİNCİ DEMİRELLİ^b

^aBatman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman, Türkiye, serhat_karanfil@hotmail.com

^bBatman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Batman, Türkiye, arzu.demirelli@batman.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Dorulayıcı Faktör Analizi Kurumsal Sosyal Sorumluluk Örgütsel Bağlılık T.P.A.O	Amaç – Araştırmada çalışanların kurumlarının sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Yöntem – Bu amaçla çalışmanın yürütülmesi için Türkiye Petrolleri Anonim Şirketinin (T.P.A.O)’nun Batman Bölge Müdürlüğünde görev yapan çalışanlarla görüşülmüştür. Araştırmaya 143 beyaz yakalı çalışan gönüllü olarak katılmıştır. Öncelikle kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel bağlılık ölçeklerinin örneklem ile uyumunu test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Daha sonra testlerin güvenilirlik analizleri Cronbach’s Alpha analizi ile incelenmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluğu oluşturan alt boyutlar ile örgütsel bağlılık boyutları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla da Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Bulgular – Analizlerden ulaşılan sonuçlar dikkate alındığında; çalışanların kurumsal sosyal sorumluluğa ait ekonomik, yasal, etik, gönüllü sosyal sorumluluk boyutları ve genel algıları ile örgütsel bağlılığa ait duygusal, devam ve normatif bağlılık boyutları arasında, etik sorumluluk ve normatif bağlılık arasındaki ilişki hariç olmakla birlikte pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Çalışanların genel KSS algılarının artmasıyla örgütlerine olan bağlılıkların da artış olduğu görülmüştür. Tartışma – Kurumlar toplumun beklentilerinin sürekli değiştiği pazarlarda var olmak ve rakipleriyle rekabet edebilmek için kar elde etmek amacının yanı sıra toplumsal sorunlara karşı hassas olma ve çözümler arama yollarına girmişlerdir. Kurumlar sosyal sorumluluk faaliyetlerinde doğru işler yapmaları, yaptığı işlerde şeffaf olmaları ve en yakın paydaşı olan çalışanları tarafından gözlemlenebilmeleri önem arz etmektedir. Kurumların bu bağlamda yaptıkları faaliyetlerinin sadece toplum açısından değil çalışanlarının da takdirini toplayacağı ve kurumlarına olan bağlılıklarını arttıracığı düşünülmektedir. Buradan hareketle araştırmada kurumsal sosyal sorumluluğun ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sosyal sorumluluk boyutları ve genel kurumsal sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel bağlılığın duygusal, devam ve normatif bağlılık boyutları arasında ki ilişkiler incelenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında işletmenin sosyal sorumluluk projelerini desteklemesi ve hatta sosyal sorumluluk projelerine çalışanlarını da dahil etmesi, çalışanlarında örgütleriyle ilgili olumlu görüşler doğuracak ve örgüte olan bağlılıklarını arttıracaktır.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Confirmatory Factor Analysis Corporate Social Responsibility Organizational Commitment T.P.A.O Received 18 March 2023 Revised 27 May 2024 Accepted 10 June 2024	Purpose – The research aims to determine the relationship between employees’ perceptions of corporate social responsibility activities and their organizational commitment. Design/methodology/approach – For this purpose, employees working at the Batman Regional Directorate of Turkish Petroleum Corporation (T.P.A.O) were interviewed to carry out the study. 143 white-collar employees joined in the research voluntarily. First of all, confirmatory factor analysis (CFA) was applied to test the compatibility of the corporate social responsibility and organizational commitment scales with the sample. Then, the reliability analyzes of the tests were examined with Cronbach’s Alpha analysis. Pearson correlation analysis was performed to determine the relationship between concepts and their sub-dimensions.

¹Bu çalışma, Serhat Karanfil’in Dr.Öğr.Üyesi Arzu Ekinci Demirelli danışmanlığında yürüttüğü “Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Çalışanlar Tarafından Algılanışı ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi- Batman İli T.P.A.O Örneği” başlıklı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

Önerilen Atf/Suggested Citation

Karanfil, S., Ekinci Demirelli, A. (2024). Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algıları Ve Örgütsel Bağlılık Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 567-585.

Article Classification:
Research Article

Findings – According to the results obtained from the analysis; The economic, legal, ethical, voluntary social responsibility dimensions and general perceptions of the employees of corporate social responsibility and the emotional, continuance and normative commitment dimensions of organizational commitment have a statistically significant positive relationship, with the exception of the relationship between ethical responsibility and normative commitment, and It has been concluded that as the general CSR perceptions of the employees increase, their commitment to their organizations also increases.

Discussion – So as to exist in markets where society's anticipations are constantly changing and to make profits to compete with their rivals, institutions have begun to be sensitive to social problems and seek solutions. It is important for institutions to do the right things in their social responsibility activities, to be transparent in their work, and to be able to be observed by their closest stakeholders, their employees. It is thought that the activities of institutions in this context will gain the appreciation of not only the society but also their employees and increase their commitment to their institutions. Based on this, the research examined the economic, legal, ethical and voluntary social responsibility dimensions of corporate social responsibility and the relationships between general corporate social responsibility perceptions and the emotional, continuation and normative commitment dimensions of organizational commitment. In the light of the findings obtained, if the business supports social responsibility projects and even includes its employees in social responsibility projects, it will create positive opinions of its employees about their organization and rise their commitment to the their organization.

1. Giriş

Toplumsal güç kaynağı olarak önemli bir yere sahip olan şirketlerin, gelecek nesiller için ülkenin ekonomik, politik ve sosyal durumu üzerindeki etkisi tartışılmazdır. Özellikle şirket faaliyetleri sadece üretim sattığı ürünler çerçevesinde değil, aynı zamanda toplum için üstlendiği sorumluluk görevleriyle de toplum tarafından incelenmektedir. Şirketlerin genel olarak topluma yönelik etik davranışlarını içeren, hayırseverlik, gönüllülük ve çevreye karşıya duyarlı olmalarına yönelik faaliyetleri, literatürde kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) adıyla anılmaktadır (Freeman & Dmytriiev, 2017:9). KSS adıyla anılan bu çalışmalar toplumun refah düzeyini arttırmakla birlikte çalışanlarının da refah düzeyini arttırmaktadır (Karanfil, 2019:1). Hal böyle olunca son yıllarda, şirket faaliyetleri toplumun ve akademik alanda araştırmacıların dikkatini çeken bir konu haline gelmiştir. Bir firmanın uzun süre varlığının sürdürmesinin birbiriyle ilişkili birçok faktöre bağlı olduğu dikkate alındığında, işletmelerin toplum üzerinde yarattıkları etki konusunda belirli sorumlulukları vardır (Stojonovic vd., 2020: 150). KSS'nin iş süreçlerine dahil edilmesi bir trendden daha fazlasıdır. Sürdürülebilir kalkınmayı iş stratejilerinde ön koşul olarak arayan tüm şirketler için KSS bir zorunluluktur (Thao vd., 2019:194). Küreselleşme ile birlikte KSS faaliyetlerinde artış gözlenmesinin nedeni, işletmelerin KSS faaliyetlerin başarıya açılan bir yol olarak görmelerinin ötesinde gün geçtikçe doğal kaynakların tükenmesiyle birlikte sivil toplum kuruluşlarının bu faaliyetleri görev edinmesidir (Lichtenstein vd., 2004:16). Şirketler bu bağlamda KSS faaliyetlerini sivil toplum kuruluşları veya gönüllü derneklerle iş birliği içerisinde yürüteceği gibi amacın kendisine ulaşarak doğrudan da gerçekleştirebilir (Demirgüneş ve Dağıstan, 2022:55)

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları, Dünyada özellikle gelişmiş ülkelerde desteklenmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri, uygulanan KSS faaliyetlerinin toplum ve paydaşlar nezdinde olumlu sonuçlar doğurduğunun yapılan çeşitli araştırmalar sonucunda kanıtlanmasıdır (Doobers & Halme, 2009:245; Sharma, 2019:716; Al-Marri vd., 2019:366). Ülkemiz içinde şirketlerin toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek, beklentilerine cevap verecek çalışmalarda bulunmasının sağlanması ve KSS faaliyetlerinin gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ileri seviyelere gelmesi için KSS'nin getiri ve faydalarının araştırmalar ile sunulması gerekmektedir.

KSS etkisinin değerlendirilmesinde çalışanları hedef paydaş olarak gösteren çalışmaların eksikliğinin anlaşılmasıyla birlikte, son zamanlarda bu konuyla ilgili araştırmaların miktarı artmıştır (Lee vd., 2013). Pek çok çalışma, çalışanların şirketlerin belirli KSS faaliyetleriyle ilişki kurduğunu ve bunun sonucunda bağlılık ve üretkenliğin arttığını göstermektedir (Vlachos vd., 2014:1010; Zeb ve Yasmin, 2016:474; Lim ve Greenwood, 2017:773). Yöneticilerin çalışanları karar alma süreçlerine dahil etmesi, süreçle ilgili çalışana bilgi akışının sağlanması, iş gücünün güçlendirilmesine yönelik faaliyetleri arttırması gerekmektedir. Fenwick ve Birema (2008) KSS faaliyetlerinin insan kaynakları faaliyetlerinin geliştirilmesi yoluyla uygulanmaya koyulmasını önermişlerdir. Buna rağmen çok az çalışmada şirketlerin çok az çalışmada KSS faaliyetlerine rağmen

çalışanlarının iş yaşam dengelerini kurmada, eğitim ve öğretim imkanlarının sağlanmasında yeterli çabayı göstermedikleri görülmüştür (Garavan vd., 2010)

KSS uygulamaları ile çalışanların olumlu tutum ve davranış gösterdiği yapılan araştırmalarda görülmüştür. İlk olarak; kurumun KSS faaliyetinde bulunması, iş ortamının niteliğini geliştirmekte ve iş imkanlarını çalışanlar için daha olumlu hale dönüştürmektedir (Maignan, Ferrell ve Hult, 1999:464). Böylece çalışanların tatmin düzeyinin arttığı ve işletmenin yaptığı yatırımların farkına varan çalışanların tutum ve davranışlarında psikolojik olarak daha olumlu tepkiler verdiği düşünülmektedir. İkinci olarak; şirketin sosyal sorumluluk projelerinde yer alması çalışanlar açısından gurur duygusu hissettirmektedir. Toplum için faydalı davranışlarda bulunan bir kurumun çalışanı olmak çalışanların pozitif bir kimlik duygusu içinde olmalarına imkan vermektedir (Backhaus, Stone ve Heiner, 2002). Böylece, çalışanların işlerine ve şirketlerine yönelik olumlu tutumlarının artmasına yardımcı olmaktadır (Ata ve Ataman, 2020:256).

KSS faaliyetleri doğrudan çalışanları etkilediği gibi dolaylı yoldan ailelerinin de refahını da etkileyeceği dikkate alındığında, şirketlerin bu alandaki çalışmaları ile çalışanlarının bağlılığı arasında pozitif bir ilişki olduğu düşünülmektedir (Stojanovic, 2020:150). Bu yöneticilerin işle ilgili süreçlerin sürdürülebilir olması için çalışanlar arasında bilgi akışını sağlaması gerekir. Çalışanları karar alma süreçlerine dahil edilmesi, iş gücünün güçlendirilmesine yönelik eylemlerin uygulanması aynı zamanda çalışan motivasyonunun artırılması ve bağlılığı için önemlidir.

Çalışanların da işletmenin KSS'ye yönelik uygulama ve faaliyetlerinden haberdar olması, KSS faaliyetlerinden sonra toplumda oluşan faydanın olumlu yanlarını görmesi, onların örgütlerine olan bağlılıklarını arttıracaktır. Örgütsel bağlılığı artan çalışan, örgüt içerisinde daha uyumlu çalışacak, ürün ve hizmet kalitesine olumlu yönde katkı sağlayacak ve işinde daha iyi performans gösterecektir, bunlarla birlikte, işte çalışma arzuları ve işte çalışmaya devam etme istekleri artacaktır (Serinikli, 2018:286). Belirtilen çerçevede araştırmalar yapılmış olsa da şirketlerin kurumsal sosyal sorumlulukların faaliyetlerinin artmasının hem çalışanlar özellikle geçiş sonrası Avrupa ülkelerinde, paydaşlar arasında bu konuyla ilgili bilincin hala düşük seviyede olduğu düşüncesidir. Birçok şirket veya ülkede kullanılabilecek uygun bir araştırma çerçevesinin yapılandırılmasına ihtiyaç vardır. Bu nedenle KSS'nin teşvik edilmesi, iş operasyonlarının düzenlenmesinde bir koşul olarak görülmeye başlanmıştır. KSS'nin şirketlerdeki uygulanma amacı ve faaliyetleri, uygulamanın önündeki engeller, çalışan bağlılığı, şirketlerin şirket performansı ve tüm bu konuların birbiriyle nasıl ilişkili olduğu ile ilgili araştırmaların yapılması son derece önemlidir.

Bu araştırmada, kurumların toplumumuz için ekonomik değer yaratan varlık olmalarının yanında, sosyal bir varlık da olmaları sebebi ile çalışanlarının sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin algıları ile örgütlerine bağlılık durumları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda araştırma Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı Batman Bölge Müdürlüğünde yapılmıştır. Kurumda görev yapan beyaz yakalı çalışanların KSS algıları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmek istenmiştir. Araştırma literatürde kurumun paydaşlarından olan çalışanların KSS algıları ile ilgili olarak yapılmış az sayıda çalışmaya katkıda bulunması sebebiyle önemli görülmektedir. Araştırmanın bir diğer önemi, petrol sektörü açısından sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çalışan bağlılığını inceleyen araştırmalarla karşılaşılmaı olması sebebi ile bu çalışmanın ilgili sektöre katkıda bulunacağına düşünülmesidir. KSS bilincinin ilde faaliyet gösteren diğer şirketlere oranla daha yüksek olduğu düşünülen Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı Batman Bölge Müdürlüğünde yapılmış olması araştırmanın bir diğer dikkat çekici yanındır. Aynı zaman da bu çalışmayla, KSS kavramını çalışanlar nezdinde değerlendirerek kurum yöneticilerine, KSS uygulamalarının çalışanların örgütsel davranışları üzerindeki etkisiyle ilgili bilgi sağlamak amaçlanmıştır. Bu sayede kurumların KSS faaliyetlerine daha önem vereceği düşüncesiyle de bu araştırma önem kazanmaktadır.

2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS)

Küreselleşmeyle birlikte tüketiciler almak istedikleri hizmet ve ürünlere kolaylıkla erişim sağlamakta aynı zamanda, benzer hizmet ve ürün sunan alternatif firmalara da kolaylıkla ulaşabilmektedir. Bu da ürün ve hizmet üretilir kâr sağlamak amacıyla faaliyete başlayan şirketlerin sadece kalite ve fiyat açısından ayırt edilemeyeceklerini, rakipleriyle rekabet edebilmek için kendilerini farklılaştırmaları gerektiği ihtiyacını doğurmuştur (Rohitratana, 2002:60; Çakır,2006:2). Rekabetin gün geçtikçe artmasıyla şirketler kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ekonomik çıktı üretiminden sosyal çıktı üreten kurumlar haline dönüşmüştür (Hamarneh, 2013, s. 36-38; Sağır ve Türkeri, 2015, s. 284; Öksüz ve Erkılıç, 2022:1496). Bu

bağlamda paydaşlarının da çıkarlarını korumak adına çevre kirliliği, çalışan hakları, insan hakları, sürdürülebilir ekonomi gibi konularda sorumluluk üstlenmişlerdir (Calveras, 2015, s. 399; Valentine ve Fleischman, 2008, s. 160-161; Öksüz ve Erkilic 2022:1496).

Küreselleşme sonucunda ticari sınırların ortadan kalkması ile tüketicilerin satın alma tutumlarında değişiklikler olmuş, tüketicilerin 1960'lar da ürünü satın alıp alamama durumu yerini, 1970'li yıllarda kaliteli ürünü alabilmeye bırakmıştır. İlerleyen zamanda 1980'lere gelindiğinde ise çevre dostu ürünler daha çok talep görmeye başlamıştır. 1990 sonlarına gelindiğinde tüketiciler üreten firmaların toplum ve çevreye karşı sosyal sorumluluk yaklaşımlarını yakından takip etmeye başlamışlardır.

KSS, terim olarak yeni olmasına rağmen kavram olarak yeni değildir. Çin, Sümerler dönemi ve Antik Mısır'da, KSS'yi düşündürecek uygulamalarla karşılaşmıştır. Kurum kavramı, sanayi devrimi ile birlikte işletme kavramının yerine kullanılmaya başlanmıştır. Artan insan ihtiyaçlarıyla birlikte, kurumlar çoğalmıştır. İnsan ve kurumun ilk olarak birlikte 2. Dünya Savaşı sonrasında anılmaya başlamış, savaşın sonlandığı bu dönemde halk yerleşik hayatı benimsemeye başlamıştır (Nemli, 2004:66-68). KSS'ye kavramsal olarak dünyada ilk kez 1953 yılında Bowen "İş Adamlarının Sosyal Sorumlulukları – Social Responsibility of the Businessman" adlı kitabında değinmiştir. Bowen (1953) KSS'yi şirketlerin, toplumun inanç ve değerleriyle sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunması gerektiği şeklinde tanımlamıştır (Uzel, 2014:7).

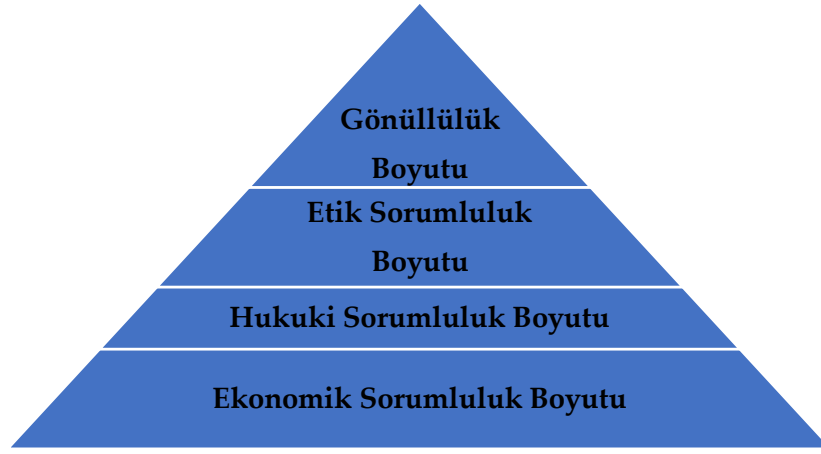
Ülkemizde ise, Osmanlı İmparatorluğu döneminde KSS uygulamalarına rastlanılmaktadır. Osmanlı'da sağlık güvenlik ve eğitim gibi hizmetleri vakıf adında gönüllü olarak hizmet veren kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. 1960'lar öncesinde hayırseverlik veya ibadet amacıyla toplanan bağışlarla gerçekleştirilen bu faaliyetler daha sonra kurumsal sosyal sorumluluk olarak ifade edilmeye başlanmıştır. Günümüzde ise Türkiye'de çoğunlukla bu vakıflar aile holdingleri bünyesinde dir.

Ülkemizde ilk defa KSS ile ilgili akademik anlamda çalışmalara 1970'li yılların başında rastlanmıştır. 1970'ler de sosyal sorumluluk kavramına ilgi gösterilirken 1980'li yıllara gelindiğinde KSS önemini yitirerek daha az gündemde olmuştur. 2000'li yıllara gelince KSS faaliyetlerine verilen önem gün geçtikçe yeniden artmaya başlamıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), yoğun rekabetin olduğu uluslararası pazarlarda kişi ve kurumların paydaşlarına karşı üzerine düşen sorumluluklarının tamamını gerçekleştirmesi gerektiği şeklinde vurgulanmıştır (Aktan ve Börü, 2007:13). KSS bu süreçte çalışanların verimli bir şekilde işle ilgili süreçlere dahil edilmesi, sivil toplumla özel sektör dayanışmasının sağlanması, sürdürülebilir kalkınma, sosyal başarı ve çevrenin korunması kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler olarak tanımlanmıştır. Kotler (2000) ise KSS'yi bir şirketin geliştirdiği kampanyalarla bulunduğu toplumun çevresiyle birlikte güvenliğini ve sağlığını sağlayarak refah düzeyini arttırdığı bir araçtır şeklinde tanımlamıştır.

2.1. KSS Boyutları

Çalışanlar, her sektörde başarının sürdürülebilir olması güven duydukları, inandıkları ortamda sağlayacakları katkılarla gerçekleşeceğine inanmaktadır. Günümüzde toplumun ve müşterilerin tercihleri hızlı bir şekilde değişmektedir. Artık tüketicilerin önceliği arasında, ürün ve hizmet tercihinde sadece marka ve kalite arayışı belirleyici değildir. Tüketiciler ürün ve hizmet sunan şirketlerin; ekonomik, yasal ve etik bir şekilde toplumun problemlerinin çözümüne gönüllü olarak destek olma durumlarını da tercihlerinde göz önünde bulundurmaktadır (Göksu, 2006:34).

Bu bağlamda KSS Carroll (1991) tarafından oluşturulan bir piramitle Şekil 1'de özetlenmiştir. Piramitte KSS'nin ekonomik, yasal, etik ve yardımseverlik olmak üzere dört boyuttan oluştuğu görülmüştür.



Şekil 1. KSS Piramidi

Kaynak: Carroll, A. B., 1991, The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, 42.

Bu bağlamda şirketlerin ekonomik görevlerini yerine getirirken uymakla yükümlü oldukları yasalar ve yönetmeliklere riayet etmeleri gerekmektedir. Paydaşları olan toplumun, tüketicilerin, çalışanların ve hissedarların haklarına saygı duymalı, bu hakları adil olarak koruyarak etik sorumluluğunu yerine getirmelidir. Piramidin en üst kısmını oluşturan kavram ise iyi bir kurumsal vatandaş olarak şirketlerin yürüttüğü hayırseverlik faaliyetleridir (Gündoğdu ve Şeşen, 2022:103).

2.1.1 Ekonomik Sorumluluk Boyutu

Şirketlerin öncelikli amaçları kar elde etmektir, bunu da tüketicilerin ihtiyaçlarını mal ve hizmet üretmek suretiyle karşılayarak sağlamaktadır. Toplumun en önemli ekonomik birimi olan şirketler, kendi ekonomik yükümlülüklerin yerine getirmeden diğer boyutları gerçekleştirme imkânsızdır. Ekonomik sorumlulukların en temel unsurları şirkette her hissenin kendi payına düşen kazancı maksimize etmesi ve mümkün olduğunca kârlılığı en üst seviyede tutmasıdır. Rekabette her zaman güçlü pozisyonda olmayı hedefleyen şirketler yüksek verimlilikte çalışmayı ve bunun yanı sıra devamlılığını da sağlayarak kârlı olmayı amaçlamaktadır (Carroll, 1991:40).

2.1.2. Hukuki Sorumluluk Boyutu

Hukuki sorumluluk boyutu şirketlerin devletin yazılı kurallarına uyarak faaliyetlerini yürütmesiyle ilgili boyutudur. Hukuki sorumluluk, şirketlerin devletin kanunlarda belirttiği kuralları dikkate alarak, toplumun ihtiyaçlarını yerine getirmesi gereken bir sorumluluktur (Karabekiroğlu, 2016:33). Şirketlerin başarısında ürün ve hizmeti sağlarken hukuki sorumluluklarına uyarak yerine getirmesi önemlidir.

Yapılan araştırmalarda, ekonomik sorumluluk ile hukuki sorumluluk birbiriyle kuvvetli bir ilişki içerisinde olup bu iki sorumluluğun birbirinden ayrı düşünülmemesi gerektiği görülmüştür. Şirketlerin ekonomik olarak güçlü olmadığı bir ortamda uyacağı bir yasal zorunluluğunun olmayacağı, yasalara uyulmayan bir ortamda ise ekonomik olarak güçlü olmanın bir öneminin olmadığı düşünülmektedir.

2.1.3. Etik Sorumluluk Boyutu

İş etiği; şirkette çalışanların tutum ve davranışlarında verdikleri kararlarının doğru veya yanlış olup olmadığı konusunda yol gösteren değerlerdir (Diken, 1998:479). Şirketlerin aynı zamanda sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirirken şirket sahiplerinin ve yöneticilerinin toplumun normlarını dikkate alarak hareket etmesi, şirketlerinin yönetimin sürdürmesi gerekmektedir. Etik sorumluluklar, toplumun şirketlerden görmek istediği davranışlar ve faaliyetlerdir. Bazı gönüllü şirketlerin 1980'li yıllarda yasal bir zorunluluk olmadığı halde, Güney Afrika'ya birçok etkinlik düzenleyerek yardımda bulunmaları etik sorumluluk kapsamında yapılan faaliyetlerdendir (Halıcı, 2001:15; Bartol ve Martin, 1994:104-105).

2.1.4. Gönüllü Sorumluluk Boyutu

Gönüllü sorumluluk boyutu ise toplumun şirketleri iyi bir kurum olarak görmelerini sağlayan faaliyetleridir. Şirket personel ve yöneticilerinin farklı programlara zorunluluk olmadan gönüllü olarak katılmasıyla halkın refah düzeyini artırmak amaçlanmaktadır (Serinikli, 2018:287). Şirketler sosyal sorumluluk davranışlarını yerine getirirken KSS'nin alt boyutlarının sadece birine değil bütün boyutlarına uyumlu bir şekilde davranmalıdır. Bu bağlamda şirketler, ekonomik faaliyetlerinde kanunlara uymalı ve etik sorumlulukları sebebiyle dürüst ve adil davranarak faaliyetlerini yerine getirmeleri gerekmektedir (Ersöz, 2007:36).

3. Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Gelişim Süreci

Örgütlerde çalışan kişilerin birer makine gibi herhangi bir üretim malzemesi olarak görülmesi, onları geliştirecek yatırımların yapılmaması ve işverenler açısından değersiz görülerek, ilk aşamada işten çıkarılmalarının düşünülmesinin örgütlere çeşitli zararlar verdiği ve maliyetleri arttırdığı fark edilmiştir. Bununla birlikte şirketlerde örgütsel bağlılık önem verilen bir kavram haline gelmiştir. Örgütsel bağlılık ilk olarak 1956 yılında Whyte'ın "Örgüt İnsanı" isimli eserinde ele alınmıştır, insan örgütte yalnızca çalışanı değil, aynı zamanda bir birey olarak örgütte yer almaktadır. Örgütsel bağlılık kavramı, iş görenlerin örgütlerine olan psikolojik bağlılıklarını ifade etmektedir (Demirel, 2009:115). Gürkan (2006:5), örgütsel bağlılığı kişinin örgüte karşı sahip olduğu özdeşleşme ve bütünleşme duygusu olarak ifade etmektedir. Bu bağlamda, çalışanın örgütün amaçlarını inanarak kabul etmesi, örgüt için fedakarlıkta bulunması ve örgütte kalmaya devam etme isteği içinde olması örgütsel bağlılığa sahip olduğunun en önemli göstergelerindendir (Balay, 2000:12).

1970 yılı sonrasında örgütsel bağlılık kavramı ve örgüt çalışanlarının örgüte sağladıkları katkılar hakkında çok sayıda araştırma yapılmaya başlamıştır. Örgütler için giderek zorlaşan rekabet koşullarıyla birlikte insan kaynağı zaman içerisinde daha önemli hale gelmiştir ve iş görenlerin işlerindeki devamlılığı örgütlerinin rakiplerine karşı daha avantajlı olmasını sağlamıştır. Genel anlamda ise örgütsel bağlılığın; örgütlerin devamlılıkları ve başarıları açısından hayati bir kavram olduğu görüşü hâkim olmuştur. (Kolay, 2012:20).

Günümüzde ise dünya ekonomisinde rekabet edebilmek için, süreç ve ürünlerini iyileştirmek, kalite ve verimliliklerini arttırmak ve maliyetlerini düşürmek gibi pek çok unsura dikkat eden örgütler, çalışanlarının örgütsel bağlılığını sağlamayı ve arttırmayı da amaçlamaktadırlar (Acar, 2013:8). Örgütsel bağlılığı yüksek çalışanlar ile faaliyetlerini sürdürmek istemektedirler. Özellikle de Japonya'da çalışanların her geçen gün verimliliklerinin yükselmesi, çalışanların örgüte olan sadakat ve bağlılıkları ile açıklanmaktadır. Bu bağlamda çalışanların işlerine olan güçlü bağlarının neticesinde yüksek sadakat, yüksek sorumluluk ve yüksek verimlilik görülmektedir (Yıldırım ve Benlier,2016:879; İnce ve Gül, 2005:14).

3.1.Örgütsel Bağlılık Boyutları

Örgütsel bağlılık kavramı uzun zamandır çalışma konusu olmasına rağmen araştırmacılar boyutları konusunda tam olarak uzlaşamamışlardır (Boz vd., 2021:347). Mayer ve Schoorman açısından, örgütsel bağlılık devam ve değer bağlılığından oluşmaktadır. Jaros vd.'ne göre; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve ahlâki bağlılık boyutlarından oluşmaktadır. Meyer ve Allen (1987) tarafından; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak suretiyle üç boyuttan bahsedilmektedir. Meyer ve Allen örgütsel bağlılığı, birey çalıştığı kuruma duygusal bağlılık duyduğunda, örgütte çalışmaya devam etmek isteyecektir; bu şekilde devamlılık bağlılığı duyduğunda ise, buna ihtiyacı olduğundan normatif bağlılık duyacaktır şeklinde açıklanmıştır.

3.1.1. Duygusal Bağlılık

Çalışanların örgütün değer ve amaçlarına inanarak, onları kabullenme ve örgütün faydasına olacak konularda çaba gösterme, kendi arzuları ile örgütte kalma isteğiyle örgütün bir parçası olmaktan mutluluk duymalarıdır (Tolay vd., 2012:453, Porter vd., 1974:604). Çalışan, örgütün değerleriyle kendi değerlerinin örtüştüğünü görünce örgütle arasında duygusal anlamda bağ oluşmaktadır (Demirel, 2009: 117). Örgüt açısından çalışanın en çok görmek istediği bağlılık türü duygusal bağlılıktır. Çünkü diğer bağlılık boyutlarından farklı olarak insanların örgütün üyesi oldukları için memnun olmaları ve duygusal olarak örgütlerine bağlanmaları, mevcut değerlerde karşılıklı uzlaşmalarından kaynaklanmaktadır (Erbaş ve Yeşiltaş, 2017:125; Negiz vd., 2011:211).

3.1.2. Devam Bağlılığı

Çalışanların mevcut işlerinde çalışmaya devam etmelerini işletmeye karşı duydukları sadakat olmadığı, işten ayrıldıkları zaman maddi ve manevi sıkıntı yaşamak durumunda kalacaklarının düşüncesidir. Bu sebeple çalışanın işletmede çalışmaya menfaate bağlı olarak zorunlu olmasıdır. Bu devam bağlılığında olan çalışanın aslında başka alternatifi olmadığından dolayı kurumuna bağlılık duyduğunu göstermektedir. Bergman (2006:646), devam bağlılığını çalışanın örgüte yaptığı yatırımlarından kaynaklı hakları olan fayda ve menfaat ve maliyeti nedeniyle, örgütte devam etmek durumunda kaldığı ihtiyaç düzeyi şeklinde açıklamıştır.

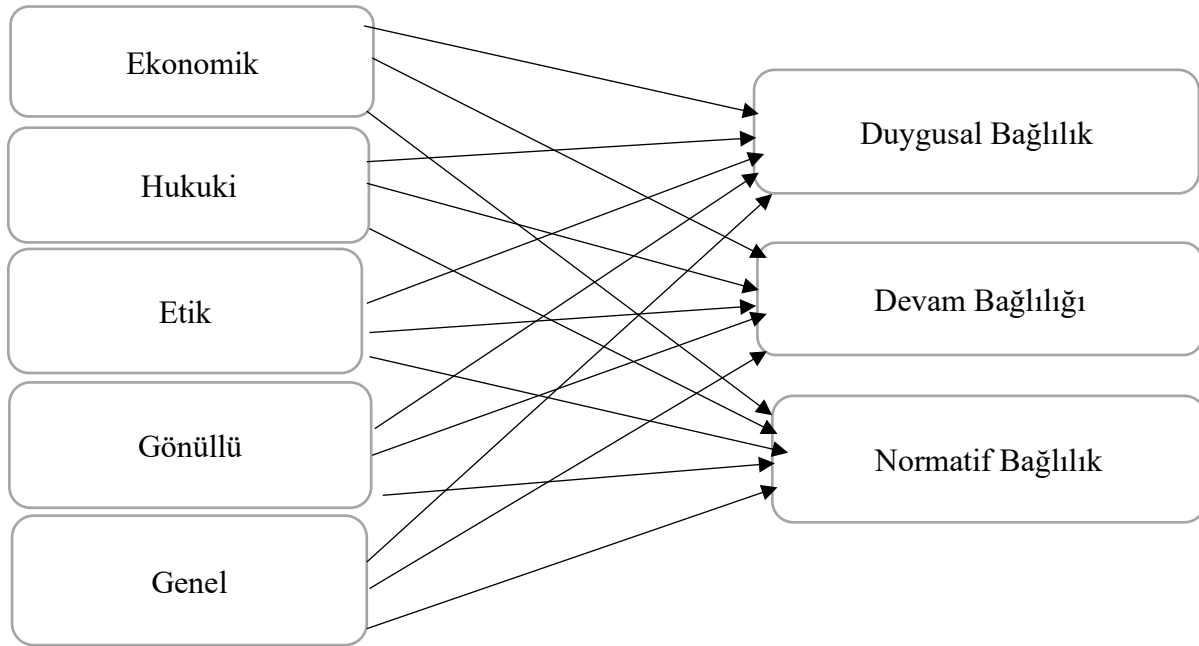
3.1.3. Normatif Bağlılık

Bireyin örgütüyle kurduğu bağ duygusal bağlılık boyutunu, örgütten ayrılması durumunda içinde kalacağı zorlukları düşünmesiyle gösterdiği bağlılık ise devam bağlılığını göstermektedir. Meyer ve Allen tarafından bu boyutlara ek olarak örgütün üyesi olarak kalma ve örgüte destek olma sorumluluğunu temsil eden normatif bağlılık boyutu eklenmiştir (Somers, 2009:75). Normatif bağlılık bireylerin işsiz ve sıkıntılı oldukları bir dönemde şirkette çalışmaya başlaması ya da bireyin işe başlama sürecinde başka kişilerin referansı gibi nedenlerden dolayı tam olarak örgüte karşı duyduğu bağlılık olarak tanımlanmıştır (Greenberg ve Baron, 2008). Normatif bağlılık kişinin sahip olduğu inanç ve ahlaki değerleri doğrultusunda işe bağlılığının ahlaki bir zorunluluk olarak düşünüldüğü şeklinde ifade edilmiştir (Örücü ve Kışlalıoğlu, 2014:48; Kaya, 2007:44)

4.Yöntem

4.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Kurumsal sosyal sorumluluk ve alt boyutları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla oluşturulan araştırmanın modeline şekil 2’de yer verilmiştir.



Şekil 2. Araştırma Modeli

Araştırmanın hipotezleri;

H₁: Çalışanların kurumlarının ekonomik sorumluluklarına yönelik algıları ile duygusal bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H₂: Çalışanların kurumlarının ekonomik sorumluluklarına yönelik algıları ile devam bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H3: Çalışanların kurumlarının ekonomik sorumluluklarına yönelik algıları ile normatif bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H4: Çalışanların kurumlarının hukuki sorumluluklarına yönelik algıları ile duygusal bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H5: Çalışanların kurumlarının hukuki sorumluluklarına yönelik algıları ile devam bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H6: Çalışanların kurumlarının hukuki sorumluluklarına yönelik algıları ile normatif bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H7: Çalışanların kurumlarının etik sorumluluklarına yönelik algıları ile duygusal bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H8: Çalışanların kurumlarının etik sorumluluklarına yönelik algıları ile devam bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H9: Çalışanların kurumlarının etik sorumluluklarına yönelik algıları ile normatif bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H10: Çalışanların kurumlarının gönüllü sorumluluklarına yönelik algıları ile duygusal bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H11: Çalışanların kurumlarının gönüllü sorumluluklarına yönelik algıları ile devam bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H12: Çalışanların kurumlarının gönüllü sorumluluklarına yönelik algıları ile normatif bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H13: Çalışanların kurumlarının kurumsal sosyal sorumluluklarına yönelik algıları ile duygusal bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H14: Çalışanların kurumlarının kurumsal sosyal sorumluluklarına yönelik algıları ile devam bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

H15: Çalışanların kurumlarının kurumsal sosyal sorumluluklarına yönelik algıları ile normatif bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Batman T.P.A.O'nun masa başında görev yapan beyaz yakalı çalışanları oluşturmaktadır. İnsan kaynaklarından edinilen bilgide şirkette 179 masa başında görev yapan beyaz yakalı çalışan bulunmaktadır. Araştırmada tam sayım yöntemi uygulanarak çalışanlarla yüz yüze görüşülmüş hazırlanan anket formları elden dağıtılmıştır. Ancak 20 çalışanın izinli veya raporlu olmasından dolayı kendilerine ulaşılamamıştır. Kalan 159 kişiyle görüşülerek anket uygulanmış, bunlardan 16'sının da eksik/hatalı doldurulmuş olması sebebi ile iptal edilmiş, araştırmada 143 çalışan üzerinden anket analizleri yapılmıştır. Örneklem hacmi araştırmanın en önemli sınırlılığını oluşturmaktadır. Kurum çalışanlarından mühendis ve teknik elemanların Batman merkezinde yer almayan petrol kuyularının olduğu dağlık sahalarda görev yapmaları sebebi ile araştırmaya dahil edilememiştir.

Çalışanlarla 08.04.2019 – 19.04.2019 tarihleri arasında görüşülmüştür. Araştırma, 2020 yılında Etik Kurul izni gerekliliğiyle ilgili yapılan düzenleme öncesinde yürütüldüğünden, etik kurul izni alınmamıştır.

4.3. Veri Toplama Yöntem ve Araçları

Araştırma için veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışanların demografik özellikleriyle ilgili sorular yer almaktadır. Anket formunun 33 sorudan oluşan ikinci bölümü ile, çalışanların KSS algıları ölçülmektedir. Bu sorular Fatih Şahinoğlu'nun "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Örgütsel Bağlılıklarıyla olan İlişisine Yönelik Bir Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinden alınmıştır. Ankette 17 sorudan oluşan üçüncü bölümde çalışanların örgütsel bağlılıklarını incelemek üzere Nilüfer Şahin'in 2007 yılında Türkçe çevirisini yaptığı Meyer ve Allen (1990)'a ait örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır.

Anketin ikinci ve üçüncü bölümü Kesinlikle Katılmıyorum- Katılmıyorum- Karasızım- Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum ifadelerinden oluşan 5' li likert ölçeğinden oluşmaktadır. Katılımcıların sorulara kendilerinin katılım düzeylerine göre cevap vermeleri ve kendilerine en uygun olanı işaretlemeleri istenmiştir.

4.4. Verilerin Analizi

Anketlerden toplanan verilerin analizinde NCSS 2007 (Number Cruncher Statistical System) ve Lisrel programı kullanılarak yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek için Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi yapılmıştır. Literatürde önceden belirlenmiş faktör yapısının verilerle uygunluğunu göstermek için ise doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerinin belirlenmesinde frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma gibi değerlerden yararlanılmıştır. Çalışanların KSS algıları ve örgütsel bağlılık durumları arasındaki ilişkinin belirlenmesi için Pearson korelasyon analizinden yararlanılmıştır.

5. Bulgular

4.1. Katılımcılara İlişkin Betimsel İstatistikler

Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine ait bulgular Tablo 1'de sunulmuştur.

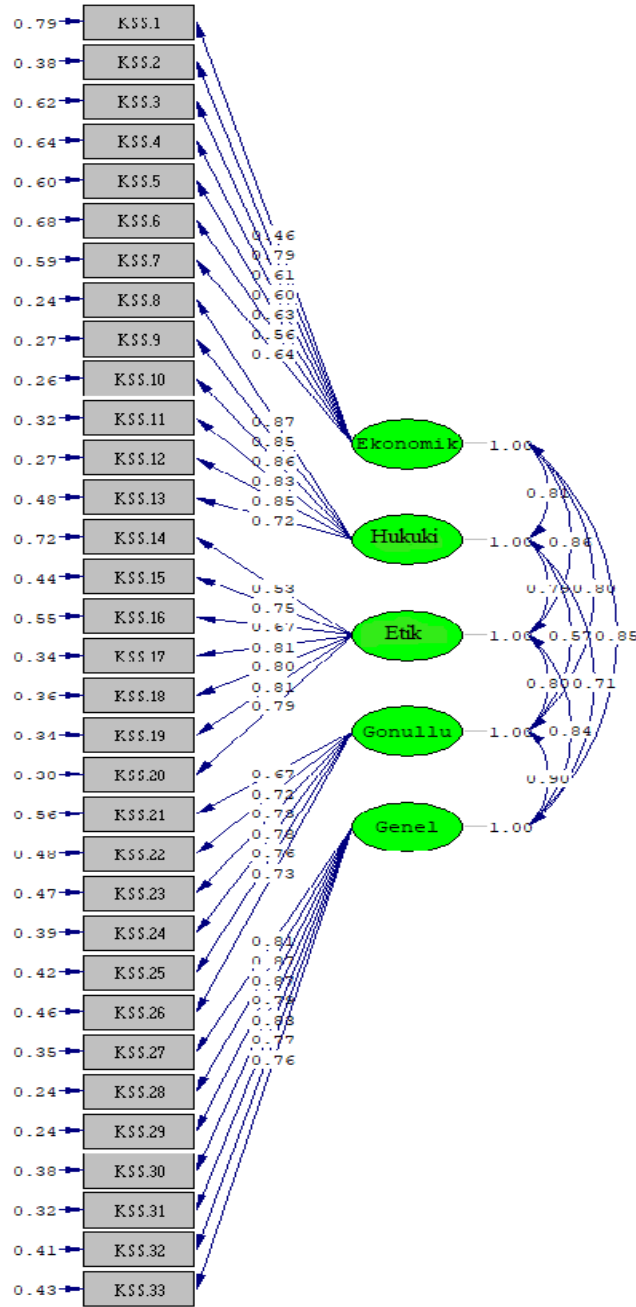
Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Erkek	88	62
	Kadın	55	38
Yaş	25-31	24	17
	32-38	46	32
	39-45	44	31
	≥46	29	20
Medeni durum	Evli	112	78
	Bekâr	31	22
Öğrenim durumu	İlk-Ortaokul	1	1
	Lise	42	29
	Ön lisans	14	10
	Lisans	60	42
	Yüksek lisans- Doktora	26	18
Görev	İşçi	79	55
	Şef	20	14
	Mühendis	19	13
	Müdür	5	4
	Diğer	20	14
Çalışma süresi	1-3	6	4
	4-6	19	13
	7-10	31	22
	11-15	21	15
	>15	66	46

Araştırmaya 88 erkek (%62), 55 kadın (%38) olmak üzere toplam 143 kişi katılmıştır. Çalışanlardan 24'ü (%17) 25-31 yaş aralığında, 46'sı (%32) 32-38 yaş aralığında, 44'ü (%31) 39-45 yaş aralığında ve 29 kişi (%20) 46 yaşında veya üzerindedir. Katılımcıların 112'si evli (%78), 31'i bekar (22) dır. Araştırmaya katılan 43 kişi lise ve öncesi eğitim düzeyinde (%30), 14 kişi (%10) ön lisans eğitim düzeyinde, 60 kişi (%42) lisans eğitim düzeyinde, 26 kişi (%18) ise yüksek lisans- doktora eğitim düzeyindedir. Katılımcılar çalıştıkları pozisyona göre incelendiğinde 79 işçi (%55), 20 şef (%14), 19 mühendis (%13), 5 müdür (%4), 20 diğer pozisyon (%14) çalışanlarından oluşmaktadır. Çalışanlar hizmet süreleri açısından incelendiğinde 6 çalışanın (%4) 1-3 yıl, 19 çalışanın (%13) 4-6 yıl, 31 çalışanın (%22) 7-10 yıl, 21 çalışanın (%15) 11-15 yıl ve 66 çalışanın ise (%46) 15 yıl ve üzeri kurumda çalıştığı görülmüştür.

4.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk İfadelerine İlişkin Değerlendirmeler

KSS İfadelerine ilişkin, DFA sonucunda elde edilen standartlaştırılmış yükler Şekil 3’de verilmiştir.



Şekil 3. KSS Ölçeği Doğrulamalı Faktör Analizi Ölçüm Modeli

Modelde yer alan boyutlara ait uyum iyiliği indekslerine ve düzeltilmiş χ^2/df değerine Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2. Doğrulamalı Faktör Analizine Ait Uyum Ölçütleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Modelin Sonuçları	Uyum
RMSEA	$0 < RMSEA < 0.05$	$.05 \leq RMSEA \leq .10$	.10	Kabul
NFI	$.95 \leq NFI \leq 1$	$.90 \leq NFI \leq .95$	.92	Kabul
CFI	$.97 \leq CFI \leq 1$	$.95 \leq CFI \leq .97$	.95	Kabul
IFI	$.97 \leq IFI \leq 1$	$.95 \leq IFI \leq .97$	.95	Kabul
SRMR	$0 \leq SRMR \leq .05$	$.05 \leq SRMR \leq .10$	.10	Kabul
RFI	$.90 \leq RFI \leq 1$	$.85 \leq RFI \leq .90$	.92	İyi uyum
χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	2,75	Kabul

Modele ait analiz sonuçlarına dikkat edildiğinde; RMSEA, SRMR, NFI, CFI ve IFI uyum indeksleri kabul düzeyinde uyum, RFI uyum indeksi ise iyi uyuma sahiptir. Bu bağlamda uyum indekslerinin kabul edilebilir ve iyi uyum göstermesi aynı zamanda χ^2/df değerinin de kabul edilebilir sınırlar içinde olması, verilerin model ile istatistiksel açıdan uyumlu olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir ($p=0,001$; $p<0,01$).

Tablo 3. KSS ve Alt Boyutlarına ait Tanımlayıcı İstatistikler

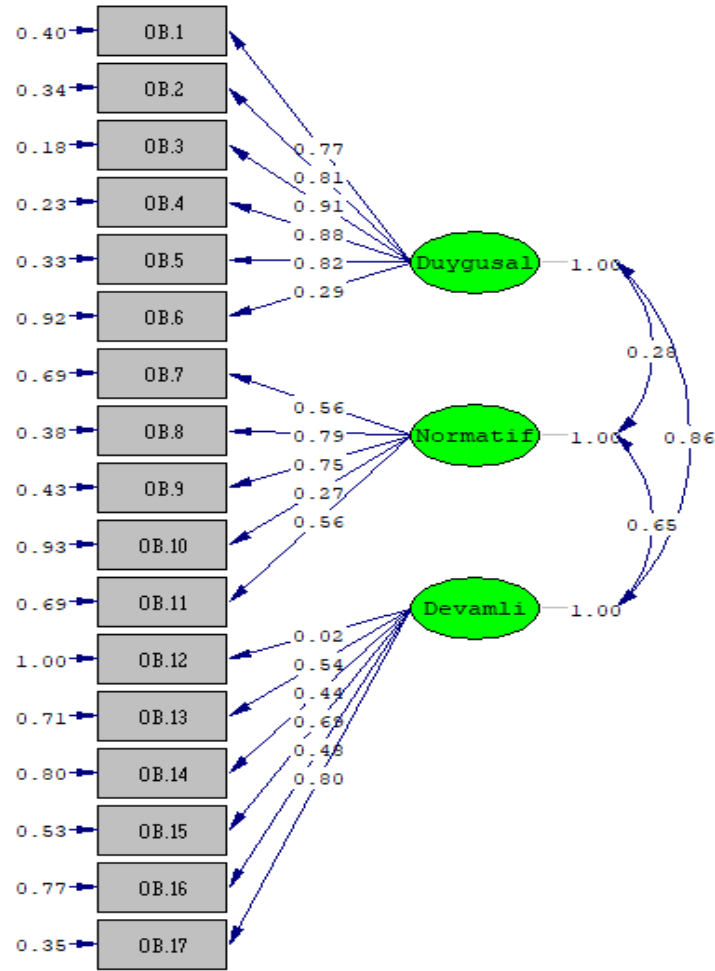
	Soru sayısı	Min-Mak (Medyan)	Ort±Ss	Cronbach's Alpha
Ekonomik sorumluluk	7	1-5 (3,6)	3,41±0,87	0,807
Yasal sorumluluk	6	1-5 (4)	3,91±1,06	0,929
Ahlaki sorumluluk	7	1-5 (3,6)	3,47±0,91	0,889
Gönüllü sorumluluk	6	1-5 (3,5)	3,39±0,96	0,872
Genel sosyal sorumluluk	7	1-5 (3,6)	3,51±1,03	0,932
Toplam	33	1,2-5 (3,6)	3,53±0,85	0,966

KSS Ölçeği boyutları 1- 5 aralığında değişmekte olup Ekonomik sorumluluk boyutu ortalaması 3,41 standart sapması 0,87; Hukuki sorumluluk boyutu ortalaması 3,91 standart sapması 1,06; Etik sorumluluk boyutu ortalaması 3,47 standart sapması 0,91; Gönüllü sorumluluk boyutu ortalaması 3,39 standart sapması 0,96 ve Genel sosyal sorumluluk boyutu ortalaması 3,51 standart sapması 1,03 bulunmuştur. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ölçeği puanlarının toplamı ise 1,2 ile 5 arasında değişerek, ortalaması 3,53 standart sapması 0,85 olarak hesaplanmıştır.

KSS ve alt boyutlarına ait Cronbach's Alpha güvenirlik katsayıları ise sırasıyla ekonomik sorumluluk boyutu için 0,807; hukuki sorumluluk boyutu için 0,929; etik sorumluluk boyutu için 0,889; gönüllü sorumluluk boyutu için 0,872 ve genel sosyal sorumluluk boyutu için 0,932 hesaplanmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk ölçeğine ait toplam soruların Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,966 olup ölçek ve boyutları yüksek derecede güvenilir bulunmuştur (Durmuş vd., 2006:89).

4.3. Örgütsel Bağlılık İfadelerine ilişkin Değerlendirmeler

Örgütsel Bağlılık ifadelerine ait DFA sonucunda elde edilen standartlaştırılmış yükler Şekil 4'de yer almaktadır.



Şekil 4. Örgütsel Bağlılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Ölçüm Modeli

Ölçek boyutlarıyla oluşturulan modele ait elde edilen uyum iyiliği indekslerine uyum iyiliği indekslerine ve düzeltilmiş Ki-kare (χ^2/df) değerine Tablo 4' de yer verilmiştir.

Tablo 4. Örgütsel Bağlılık Ölçeği Uyum İndeksleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Modelin Sonuçları	Uyum
RMSEA	$0 < RMSEA < .05$	$.05 \leq RMSEA \leq .10$	.10	Kabul
NFI	$.95 \leq NFI \leq 1$	$.90 \leq NFI \leq .95$	.90	Kabul
CFI	$.97 \leq CFI \leq 1$	$.95 \leq CFI \leq .97$	.92	Uyumsuz
IFI	$.97 \leq IFI \leq 1$	$.95 \leq IFI \leq .97$	.92	Uyumsuz
SRMR	$0 \leq SRMR \leq .05$	$.05 \leq SRMR \leq .10$	.17	Uyumsuz
RFI	$.90 \leq RFI \leq 1$	$.85 \leq RFI \leq .90$	.85	Kabul
χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	2,55	Kabul

Modele ait analiz sonuçları dikkate alındığında; RMSEA, NFI ve RFI uyum indekslerinin kabul edilebilir uyum gösterdiği görülmektedir. CFI, IFI ve SRMR uyum indekslerinin uyumsuz olduğu görülmüştür. χ^2/df değerinin kabul edilebilir uyum göstermesi sonucunda RMSEA, NFI ve RFI kriterlerinin de kabul edilebilir uyumu dikkate alınarak veri ile modelin geçerli ve istatistiksel açıdan anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0,001$; $p<0.01$).

Tablo 5. Örgütsel Bağlılık ve Alt Boyutlarına Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	Soru sayısı	Min-Mak (Medyan)	Ort±Ss	Cronbach's Alpha
Duygusal bağlılık	6	1-5 (3,8)	3,69±.84	0,774
Normatif bağlılık	5	1-5 (3,4)	3,36±.89	0,733
Devam bağlılığı	6	1,2-5 (3,7)	3,58±.72	0,700
Toplam	17	1,1-5 (3,6)	3,55±.66	0,855

Duygusal ve normatif bağlılık puanları 1 ile 5 arasında değişmektedir. Duygusal bağlılık boyutu ortalaması 3,69 ve standart sapması 0,84; Normatif bağlılık boyutunun ortalaması 3,36 standart sapması .89; Devam bağlılık boyutunun ortalaması 3.58 standart sapması .72'dir. Örgütsel bağlılığın ifadelerine ait toplam puanlar ortalaması 3.55 standart sapması 0.66 olarak hesaplanmıştır.

Örgütsel bağlılığın genel ve alt boyutları için hesaplanan Cronbach's Alpha güvenirlik katsayıları sırasıyla ölçeğin duygusal bağlanma boyutu için 0.774; normatif bağlanma boyutu için 0.773; devam bağlanma boyutu için 0.700 dür, bu bağlamda ölçek alt boyutları güvenilir bulunmuştur. Örgütsel bağlılık ölçeğine ait toplam soruların Cronbach's Alpha katsayısı ise 0.855 olup ölçek genel olarak yüksek derecede güvenilir bulunmuştur (Durmuş vd., 2006:89).

4.4. Çalışanların KSS ve Boyutlarına Ait Algıları ile Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Araştırmaya katılan çalışanların KSS boyutları ve örgütsel bağlılık boyutları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere Pearson Korelasyon analizinden yararlanılmış ulaşılan sonuçlar ise Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. KSS ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi

		Örgütsel Bağlılık			
		Duygusal bağlılık	Normatif bağlılık	Devam bağlılığı	Toplam
Kurumsal Sosyal Sorumluluk					
Ekonomik sorumluluk	r	0,448	0,200	0,368	0,421
	p	0,001**	0,017*	0,001**	0,001**
Yasal sorumluluk	r	0,472	0,183	0,334	0,412
	p	0,001**	0,028*	0,001**	0,001**
Etik sorumluluk	r	0,507	0,136	0,375	0,425
	p	0,001**	0,106	0,001**	0,001**
Gönüllü sorumluluk	r	0,483	0,171	0,363	0,423
	p	0,001**	0,041*	0,001**	0,001**
Genel sosyal sorumluluk	r	0,572	0,230	0,427	0,511
	p	0,001**	0,006**	0,001**	0,001**
Toplam	r	0,565	0,210	0,425	0,499
	p	0,001**	0,012*	0,001**	0,001**

Kurumsal sosyal sorumluluğun ekonomik sorumluluk alt boyutu ile örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık alt boyutu arasında kurumun ekonomik sorumluluğu arttıkça çalışanın duygusal bağlılığının arttığı pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur (r: 0,448; p<0,01). Ekonomik sorumluluk ile normatif bağlılık puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki (r:0,200; p<0,05); ekonomik sorumluluk ile devam bağlılığı puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki mevcuttur (r:0,368; p<0,01).

Kurumsal sosyal sorumluluğun yasal sorumluluk alt boyutu ile örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık alt boyutu arasında kurumun yasal sorumluluğu arttıkça çalışanın duygusal bağlılığının arttığı pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur (r:0,472; p<0,01). Yasal sorumluluk ile normatif bağlılık puanları arasında pozitif yönlü

istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ($r:0,183$; $p<0,05$); yasal sorumluluk ile devam bağlılığı puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r:0,334$; $p<0,01$).

Kurumsal sosyal sorumluluğun etik sorumluluk alt boyutu ile örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık alt boyutu arasında kurumun etik sorumluluğu arttıkça çalışanın duygusal bağlılığının arttığı pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur ($r:0,507$; $p<0,01$), Etik sorumluluk ile normatif bağlılık puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki saptanmamıştır ($p>0,05$), etik sorumluluk ile devam bağlılığı puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r: 0,375$; $p<0,01$).

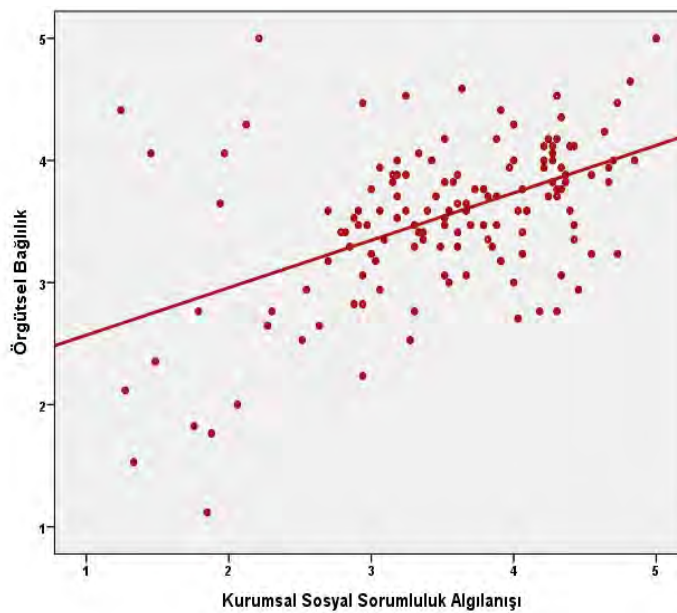
Kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllü sorumluluk alt boyutu ile örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık alt boyutu arasında kurumun gönüllü sorumluluğu arttıkça çalışanın duygusal bağlılığının arttığı pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur ($r:0,483$; $p<0,01$), gönüllü sorumluluk ile normatif bağlılık puanları arasında istatistiksel açıdan ilişki saptanmıştır ($r: 0,171$; $p<0,05$); gönüllü sorumluluk ile devam bağlılığı puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r: 0,363$; $p<0,01$).

Kurumsal sosyal sorumluluğun genel sosyal sorumluluk alt boyutu ile örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık alt boyutu arasında kurumun genel sosyal sorumluluğu arttıkça çalışanın duygusal bağlılığının arttığı pozitif yönlü ilişki mevcuttur ($r:0,572$; $p<0,01$), genel sosyal sorumluluk ile normatif bağlılık puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmıştır ($r:0,230$; $p<0,01$); genel sosyal sorumluluk ile devam bağlılığı puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r:0,427$; $p<0,01$).

Kurumsal sosyal sorumluluk toplam ifadeleri ile örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık boyutu arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r:0,565$; $p<0,01$). KSS ölçek toplam puanları ile normatif bağlılık boyutu arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r:0,210$; $p<0,05$). KSS ölçeği ile örgütsel bağlılığın devam bağlılığı boyutu arasında pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r:0,425$; $p<0,01$).

Örgütsel bağlılık toplam puanlarına ilişkin değerlendirmelerde ise; kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutlarından ekonomik sorumluluk boyutuyla pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ($r:0,421$; $p<0,01$), hukuki sorumluluk boyutuyla pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ($r:0,412$; $p<0,01$), etik sorumluluk boyutuyla pozitif, istatistiksel olarak anlamlı ilişki ($r:0,425$; $p<0,01$) ve gönüllü sorumluluk boyutu arasında pozitif, istatistiksel olarak anlamlı ilişki ($r:0,423$; $p<0,01$); genel sosyal sorumluluk boyutuyla pozitif, istatistiksel olarak anlamlı ilişkinin olduğu görülmüştür ($r:0,511$; $p<0,01$).

Kurumsal sosyal sorumluluk algıları toplam puanları ile örgütsel bağlılık toplam puanları arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı ilişki hesaplanmış ($r:0,499$; $p<0,01$) ve kurumların sosyal faaliyetleri arttıkça çalışanların örgütsel bağlılıklarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Şekil 5 'te kurumsal sosyal sorumluluk ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi gösteren grafiğe yer verilmiştir.



Şekil 5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi

5. Sonuç ve Tartışma

Çalışmada, gün geçtikçe işletmelerde önemi daha çok kavranan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çalışanlar açısından algılanışı ve bunun çalışanların örgütsel bağlılıklarıyla olan ilişkisi belirlenmek istenmiştir. Türkiye Petrolleri Anonim Şirketi Batman Bölge Müdürlüğü'nün çalışanları üzerine bir araştırma planlanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilerle öncelikle çalışanların demografik açıdan tanımlayıcı özellikleri incelenmiştir. KSS'nin alt boyutları ve örgütsel bağlılığın alt boyutlarını incelemek üzere oluşturulan model analiz edilerek kavramlar arasındaki ilişki değerlendirilmiştir.

Çalışanların şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin değerlendirilmesi sonucunda algılarının yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir, literatürdeki incelenen diğer çalışmalarda bunu destekler niteliktedir (Şahinoğlu, 2011: 79, Halim vd., 2016: 45, Serinkli, 2018:293). KSS'nin alt boyutlarına göre; en yüksek ortalamaya "Hukuki sorumluluk" boyutu sahiptir. En düşük ortalama ise "Gönüllü sorumluluk" boyutudur. Boyutlara ait ortalama puanlarına dikkat edildiğinde, araştırmaya dahil olan çalışanların, daha çok şirketin hukuki sorumluluk faaliyetlerine önem verdiğini, gönüllü sorumluluk olarak değerlendirilecek faaliyetlerde ise en az bulunduklarını düşünceleridir yine literatürde bunu destekleyen çalışmalarla karşılaşmıştır (Özdemir, 2007: 127, Şahinoğlu, 2011: 79; Serinkli, 2018:293). Şirketin hukukun dayattığı sorumlulukları, gönüllülük esası ile yapılacak olan sorumluluklardan daha çok yerine getirmesinin sebebi hukuki sorumluluklar yerine getirilmediğinde yaptırım uygulanırken, gönüllü sorumluluk yerine getirilmediğinde herhangi bir yaptırım uygulanmamasıdır.

Araştırmaya katılan kurum çalışanlarının, ilgili şirkete karşı duydukları örgütsel bağlılık durumları ile ilgili yapılan değerlendirmede ise; örgütsel bağlılık durumlarının yüksek bir ortalamaya sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel bağlılıklarının yüksek ortalamaya sahip olduğu sonucuna ulaşan (Coşkun ve Yertutan, 2009: 8; Hasanov, 2010: 107) çalışmalar literatürde mevcuttur. Çalışanların örgütsel bağlılığın alt boyutlar açısından değerlendirildiğinde ise çalışanların kurumlarına olan duygusal bağlılıklarının, normatif ve devam bağlılıklarından yüksek olarak görülmüştür. Bunun sebebi olarak; T.P.A.O. şirketinin Batman'da yarım asırdan daha uzun süredir faaliyette olmasıdır, bu sebeple çalışanların birçoğunun yakınlarının ve hatta anne ve babalarının da uzun yıllar boyunca burada yaşamlarını sürdürdüğü ve ilgili kurumda görev yaptıkları bilinmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların çoğunun ebeveyn veya aile yakınlarının geçmişte T.P.A.O.'da çalışmış olmaları, şu an çalışanların kuruma duydukları duygusal bağlılıklarının yüksek olmasının en belirgin sebebidir (Karanfil, 2019:100).

Araştırmamızda son olarak KSS ve alt boyutlarına ait çalışanların algıları ile kurumlarına olan örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişki test edilmiş ve analizlerden elde edilen sonuçlara göre; çalışanların kurumsal sosyal sorumluluğa ait ekonomik, yasal, etik, gönüllü sosyal sorumluluk boyutları ve genel algıları ile örgütsel bağlılığın duygusal, devam ve normatif bağlılık boyutları arasında, etik sorumluluk ve normatif bağlılık arasındaki ilişki hariç olmakla birlikte pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmüş ve çalışanlarda KSS algılarının artmasıyla örgütlerine duydukları bağlılıkların da artış olduğu sonucuyla karşılaşmıştır. Önceki çalışmalar da elde edilen sonuçlarda bunu doğrular niteliktedir (Brammer vd 2007:1714). Benzer olarak KSS ve örgütsel bağlılığın boyutları arasında yapılan analizler sonucunda bütün boyutlar anlamlı ve pozitif ilişkili bulunmuştur (Demir ve Türkmen, 2014:55; Türker, 2009:196; Özdemir, 2007:149). Öte yandan başka bir çalışmada ise çalışanların KSS'nin ekonomik, yasal ve ahlaki sorumluluklara ilişkin algılarının örgütsel bağlılığın duygusal, normatif, devam boyutları arasında anlamlı düzeyde ilişkili olduğu tespit edilmiş, ancak gönüllü sorumluluk ile örgütsel bağlılığın duygusal, normatif ve devam boyutları arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır (Erkman ve Şahinoğlu, 2012: 284). Kurumsal sosyal sorumluluğun örgütsel bağlılığın boyutlarıyla olan ilişkisinde duygusal, devam ve normatif bağlılık ile pozitif yönde anlamlı ilişkili olduğu, Avci ve Karataş'ın (2022:46) yaptığı araştırmada ise KSS algısının duygusal ve normatif bağlılıkla pozitif ilişkisi olduğu halde devam bağlılığı ile arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Genel anlamda araştırma sonucunda şirketin KSS faaliyetlerine yönelik çalışmaları, çalışanlar tarafından olumlu algılandığı ve kurumlarına olan bağlılıklarını arttırdığı görülmüştür bu literatürde ki araştırma sonuçlarını da destekler niteliktedir (Şeşen ve Gündoğdu, 2022:109, Yıldırım vd.,2021:356; Asrar-ul-Haq vd., 2017;2361).

Sonuç olarak, örgüt bağlılığı yüksek düzeyde olan çalışanlara sahip olmak isteyen şirketler KSS faaliyetlerine yoğunlaşmalı, bu faaliyetleri bir kurum kültürü haline getirerek çalışanlarının da fikirlerini almalı ve sürece

katılımlarını sağlamalıdır. Böylece, çalıştığı kurumun toplum için yürüttüğü faaliyetlere şahit olan bireyin hissettiği örgütsel bağlılığı giderek artacaktır. Sosyal sorumluluğunu önemseyen bir kurumda çalıştıkları algısı yerleşen bireyler, örgütlerinin değer ve amaçlarını benimseyerek çalışacaklardır. Bu çalışmada KSS faaliyetlerine yönelik algının incelenmesi şirketlerin paydaşlarından sadece çalışanlar açısından değerlendirilmiştir, bu alanda çalışan araştırmacılara müşteriler, toplum gibi diğer paydaşlar nezdinde de araştırmanın yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, A. Z. (2013). Farklı örgüt kültürü tipleri ve liderlik tarzları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Lojistik işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 5-31.
- Aktan, C. C., & Börü, D. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk. *Kurumsal sosyal sorumluluk: İşletmeler ve sosyal sorumluluk*, İstanbul, İgiad Yayını, 11-36.
- Allen, N. and Meyer, J.P., (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization, *Journal of Occupational Psychology*, .63, .6-7
- Al-Marri, M., Pinnington, A. H., Karatas-Ozkan, M., & Nicolopoulou, K. (2019). The management of corporate social responsibility through projects: A more economically developed country perspective. *Business Strategy & Development*, 2(4), 358-371
- Asrar-ul-Haq, M., Kuchinke, K. P., & Iqbal, A. (2017). The relationship between corporate social responsibility, job satisfaction, and organizational commitment: Case of Pakistani higher education. *Journal of cleaner production*, 142, 2352-2363
- Ata, H., & Ataman, G. (2020). Kurumsal sosyal sorumluluk, algılanan dışsal prestij ve örgütsel bağlılık: sosyal kimlik kuramı çerçevesinde bir araştırma. *Journal of Administrative Sciences/Yonetim Bilimleri Dergisi*, 18(36).
- Avci, S.B., & Karatas, A. (2022). Yükseköğretim kurumlarında kurumsal sosyal sorumluluk ve örgütsel adalet algısının örgütsel bağlılığa etkisinde kamu hizmetleri motivasyonunun aracı rolü üzerine bir araştırma. *Journal of Economy Culture and Society*, 66, 29–54. <https://doi.org/10.26650/JECS2021-883087>
- Balay, R., (2000). *Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık*, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Bartol, K. M. ve Martin, D. C., (1994). *Management*, New York, McGrawHill Collage
- Bergman, M. E., (2006). The relationship between affective and normative commitment: review and research agenda, *Journal of Organizational Behavior*, 27 (5), 646.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Çakır, B., (2006). *SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık Ve İş Doyumuna Olan Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Demir, R. ve Türkmen, E. (2014). Çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılarının örgüte bağlılıkları üzerindeki etkisinin incelenmesine yönelik bir araştırma, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 47-59.
- Demirel, Y., (2009). Örgütsel bağlılık ve üretkenlik karşıtı davranışlar arasındaki ilişkiye kavramsal yaklaşım, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (15), 115-124.
- Diken, A., (1998). İşletmelerde İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk İlişkisi, *Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu*, Merkez Matbaacılık, Sakarya, 469-480.
- Dobers, P., & Halme, M. (2009). Corporate social responsibility and developing countries. *Corporate social responsibility and environmental management*, 16(5), 237-249.

- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., & Çinko, M. (2016). *Sosyal bilimlerde SPSS’le veri analizi (Altıncı Baskı)*, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- Erbaş, K., & Yeşiltaş, M. (2017). Presenteizm ile duygusal bağlılık arasındaki ilişki: seyahat acentaları üzerine bir uygulama, *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 121-135.
- Erkman, T. ve Şahinoğlu, F., (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin çalışan algıları ile örgütsel bağlılığın hizmet sektöründe incelenmesi, *Marmara Üniversitesi İİBF. Dergisi*, 33(2), 267-294.
- Ersöz, H. Y., (2007). *Türkiye’ de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları*, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Fenwick, T., & Bierema, L. (2008). Corporate social responsibility: issues for human resource development professionals. *International Journal of training and Development*, 12(1), 24-35.
- Freeman, R. E., & Dmytriiev, S. (2017). Corporate social responsibility and stakeholder theory: Learning from each other. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (1), 7-15.
- Garavan, T. N., Heraty, N., Rock, A., & Dalton, E. (2010). Conceptualizing the behavioral barriers to CSR and CS in organizations: A typology of HRD interventions. *Advances in developing human resources*, 12(5), 587-613.
- Göksu, F., (2006). *Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Marka İmajına Etkisi (Petrol İşletmelerinde Uygulamalı Bir Araştırma)*. (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Greenberg, J., & Baron, A. R. (2008). *Behaviour in Organizations* Pearson international edition. Cornell University: Pearson Prentice Hall.
- Gündoğdu, A., & Şeşen, H. (2022). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinde Kurumsal İtibarın Aracılık Etkisi. *İş ve İnsan Dergisi*, 9(2), 101-114.
- Gürkan, G. Ç., (2006). *Örgütsel Bağlılık: Örgütsel İklimin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi ve Trakya Üniversitesi’nde Örgüt İklimi ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Araştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Edirne.
- Halıcı, A. (2001). İşletmelerde sosyal sorumluluk stratejileri: Çanakkale ili’nde bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 8(1), 11-28.
- Halim, L., Sumiati, A. and Rahayu, M. (2016). The effect of employee’s perceptions on corporate social responsibility activities on organizational commitment, mediated by organizational trust. *International Journal of Business and Management Invention*, 5(4), 43-49.
- Hamarneh, I. (2013). Corporate social responsibility as a competitive advantage in tourism sector. *Journal of Tourism & Services*, 4(7), 36-51.
- Hasanov, V. (2010). Çalışanların İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarına İlişkin Algılamalarının Örgütsel Bağlılığa Etkisi. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- İnce, M. ve Gül, H., (2005). *Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık*, Ankara, Çizgi Kitabevi, 13-95.
- Karabekiroğlu, A., (2016) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmaları Yapılan Kurumlarda Çalışan Memnuniyeti ve Çalışan Bağlılığı*. (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Karanfil, S. (2019). *Kurumsal sosyal sorumluluğun çalışanlar tarafından algılanışı ve örgütsel bağlılığa etkisi–Batman ili TPAO örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Batman.
- Kaya, O. (2007). Örgütsel bağlılık: Emniyet Genel Müdürlüğü merkez biriminde bir uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Büro Yönetimi Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Kolay, A., (2012). *Endüstri Meslek Liselerinde Görev Yapan Öğretmenlerin Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişki*. (Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Korkmaz, O. ve Erdoğan, E., (2014). Yaşam dengesinin örgütsel bağlılık ve çalışan memnuniyetine etkisi, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 14 (4), 545.

- Kotler, P., (2000). *Marketing Management*, PrinticeHall, New York, (14), 10.
- Külter Demirgüneş B. ve Dağıstan M.T., 2022, Tüketicilerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının Marka İmajı ve Pazarlama Performansı Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi, Editör Ali Yıldız Hiberyayın İstanbul Sosyal ve İdari Bilimlerde Akademik Araştırmalar
- Lichtenstein, D. R., Drumwright, M. E., & Braig, B. M. (2004). The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits. *Journal of marketing*, 68(4), 16-32.
- Lim, J. S., & Greenwood, C. A. (2017). Communicating corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals. *Public relations review*, 43(4), 768-776.
- Maignan, I., Ferrell, O., ve Hult, M. (1999). "Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 455-430.
- Mayer, R. C., & Schoorman, F. D. (1998). Differentiating antecedents of organizational commitment: a test of march and simon's model. *Journal of organizational behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 19(1), 15-28.
- Mayer, R. C., & Schoorman, F. D. (1992). Predicting participation and production outcomes through a two-dimensional model of organizational commitment. *The Academy of Management Journal*. 35(3), 671-684.
- Meyer, J. P., and Allen, N. J., (1991). A three component conceptualization of organizational commitment, *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Negiz, N., Oksay, A., & Akman, E. (2011). İşe bağlılık ve işten tatmin açısından cinsiyet ve sektörel farklılık: Kamu ve özel sektör kuruluşlarında karşılaştırmalı bir inceleme (Isparta örneği). *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 207-229
- Nemli, E., (2004). *Sürdürülebilir Kalkınma: Şirketlerin Çevresel ve Sosyal Yaklaşımları*, İstanbul, Filiz Kitapevi, 66-68.
- Öksüz, S., & Erkiş, E. (2022). İş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisinin incelenmesi: Zincir otel işletmeleri üzerine bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(4), 1492-1511.
- Örücü, E., & Kışlalıoğlu, R. S. (2014). Örgütsel bağlılık üzerine bir alan çalışması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(22), 45-65.
- Özdemir, H. Ö. (2007). Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminine Etkisi: Opet Çalışanlarına Yönelik Uygulama. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Porter, L.W., Steers, R.M., Mowday, R.T. ve Boulian, P.V. (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology* 59(5):603- 609
- Rohitratana, K. (2002). SA 8000: a tool to improve quality of life. *Managerial Auditing Journal*, 17(1/2), 60-64.
- Sağır, M. ve Türkeri, İ. (2015). Turizm işletmelerinde stratejik boyutları ile kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları: örnek incelemeler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 283-314.
- Serinikli, N., (2018). Çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılarının örgütsel bağlılıkları ile ilişkisi, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 287.
- Sharma, E. (2019). A review of corporate social responsibility in developed and developing nations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 712-720.
- Somers, M. J., (2009). The combined influence of affective, continuance and normative commitment on employee withdrawal, *Journal of Vocational Behavior*, 74 (1), 75.
- Stojanovic, A., Milosevic, I., Arsic, S., Urosevic, S., & Mihajlovic, I. (2020). Corporate social responsibility as a determinant of employee loyalty and business performance. *Journal of Competitiveness*, 12(2), 149-166.

- Şahin Perçin, N. (2007). *Personel güçlendirmenin iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerine etkisi: Dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama*. (Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Thao, L. H. H., Anh, D. N. P., & Velencei, J. (2019). Measuring corporate social performance. *Serbian Journal of Management*, 14 (1), 193–204. <https://doi.org/10.5937/sjm14-18009>
- Tolay, E., Sürgevil, O., & Topoyan, M. (2012). Akademik çalışma ortamında yapısal ve psikolojik güçlendirmenin duygusal bağlılık ve iş doyumuna üzerindeki etkileri. *Ege Akademik Bakış*, 12(4), 449-465.
- Uzel, B. G., (2014). *Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tüketicilerin Marka Algısı ve Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Yıldırım, N., & Benlier, O. C. (2016). Örgütsel bağlılık düzeyleri ve Tunceli ili kamu kurumu çalışanlarında örgütsel bağlılık düzeylerinin tespiti. *Journal Of International Social Research*, 9(46).
- Yıldırım, İ. ve Yüksekbiçgili, Ö., (2016). Sağlık personelinin örgütsel bağlılığa ilişkin algı düzeylerinin incelenmesi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (44), 2-4.
- Yıldırım, Y., Göktepe, S., Bayram, A., & Akova, O. (2021). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: İstanbul’da Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 4(2), 343-360.
- Zeb, S., & Yasmin, R. (2016). An empirical investigation into the mediating role of job satisfaction on the linkage between corporate social responsibility and organizational performance. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 9(2), 454-478.