

Potansiyel Yönetici Adaylarının Kurumsal Sosyal Sorumluluğa İlişkin Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma

A Research to Determine the Opinions and Perceptions of Potantial Manager Candidates toward Corporate Social Responsibility

Ph.D. Candidate Erhan Boğan (Sakarya University, Turkey)
Ph.D. Candidate Saadet Zafer Kavacık (Akdeniz University, Turkey)
Prof. Dr. Mehmet Sarıuşık (Sakarya University, Turkey)

Abstract

In recent years, corporate social responsibility, which comprises economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities, has become important concept to build good relations between business and stakeholders and to gain competitive advantage over its rivals. Moreover, it has a positive impact on stakeholder's (for example; employees, customers, investors) attitudes and behaviors toward business. The main aim of this study is to determine opinions and perceptions of students who study management license toward corporate social responsibility. The research data is gathered from final year students of Alanya Alaaddin Keykubat University, Faculty of Management with a used scale. 251 surveys are used in the research. The findings obtained from research have put forth that management faculty students who are future manager candidates are in opinion and perception of covering respectively economic, philanthropic, legal and ethical responsibilities in their decision-making activities. In addition, the students have listed the company's four most important stakeholders as community, customers, employees and shareholders. Also corporate social responsibility has been emerged by students as a definition of benefit society, compliance with ethical values, volunteer activities and respect for social values.

1 Giriş

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS)- Corporate Social Responsibility (CSR) kavramı son zamanlarda akademik çalışmalarda sıkça çalışılan konulardan biri haline gelmiştir. KSS kavramına ilişkin ilk tanım denemesi Bowen (1953) tarafından yapılmıştır. Toplum odaklı bir anlayış çerçevesinde yapılan tanımda, toplumun değerlerine ve beklentileriyle örtüşecek faaliyetlerden bahsedilmektedir. Kotler ve Lee'nin (2006) "isteğe bağlı iş uygulamaları ve kurumsal kaynakların katkıları aracılığıyla toplumun refahını iyileştirmek için üstlenilen yükümlülük", Hophins'in (2003) "işletmenin paydaşlarına karşı ahlaki ve sorumlu şekilde davranması" ve Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Konseyinin (www.wbcsd.org) ise "işletmelerin topluma karşı ahlaki davranışları" olarak tanımladığı KKS, günümüzde işletmelerin karşı karşıya kaldığı önemli bir kavramdır. İşletme kararlarını etkileyen ya da alınan kararlardan etkilenen tarafların çıkarlarını göz önünde bulundurulması gerektiğine dayanan KSS, işletmeler için stratejik bir avantaj sağlayabilmektedir. Ayub (2008) tarafından hazırlanan 'Türkiye'de KSS Değerlendirme Raporu'na göre, Türkiye'de yer alan çokuluslu şirketler, sivil toplum kuruluşları ve tüketiciler, şirketler üzerinde birer güç oluşturarak KSS faaliyetlerinin önemli bir ivme kazanmasını sağlamıştır. Bunun yanında, uluslararası arenada faaliyet gösteren Enron, Tyco ya da WorlCom gibi şirketlerde meydana gelen kurumsal skandallar, KSS kavramının önemini daha da artırmıştır (Windsor, 2006).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının önemi gereği birçok yönetim ve pazarlama araştırmalarına konu olmuştur. Bu noktada KSS ve işletme performansı (Cochran ve Wood, 1984; Tsoutsoura, 2004; Kang ve diğ., 2010; Inoue ve Lee, 2011; Wang, 2014;), çalışan tutum ve davranışları (Bramer, vd., 2007; Kim, vd., 2010; Park ve Levy, 2014; Çalışkan ve Ünüsan, 2011; Farooq, vd., 2014), müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati, satın alma davranışı (Lee ve Heo, 2009; Perez ve Del Bosque, 2015; Liu ve Zhou, 2009; Sen ve Bhattacharya, 2001), potansiyel kalifiyeli elemanların işletmeyi tercih etme sebebi (Bhattacharya, vd., 2008; Turban ve Greening, 1997; Greening ve Turban, 2000), yatırımcıların yatırım yapma kararı verme (Albinger ve Freeman, 2000; Stone, 2001) gibi konularla ilişkisi farklı sektörlerde araştırmalara konu olmuştur.

KSS kavramının öneminin giderek artmasıyla özellikle işletmecilik alanında eğitim gören öğrencilerin bu kavrama yönelik tutumları araştırılmaya başlanmıştır (Bkz. Özalp, vd.,2008; Ibrahim, vd., 2006; Ibrahim ve Angelidis, 1999; Burton ve Geharty,1999; Arlow, 1991). Tüm bu durumların muhtemel bir yansıması olarak, iş etiği kavramı gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde üniversite düzeyinde işletmecilik alanındaki müfredat programının temel ders konularından birisi haline gelmiştir. Böylelikle, KSS kavramını içerisinde barındıran iş etiği kavramı (Cornelius vd., 2007), potansiyel yönetici olarak nitelendirilebilen işletme fakültesi öğrencilerinin, gelecekte işletmeleri ile karar alma politikalarında önemli bir yer teşkil edeceği düşünülmektedir.

Yeung (2004)'e göre, iş yaşamında artan karmaşıklıklar sebebiyle, eğitmenler öğrencilere sadece öğrencilere teknik yetenekler ve bilgiyi aktarmakla sorumlu olmayıp, öğrencilerin ahlaki farkındalıklarının artmasına da yardımcı olmalıdırlar. Çünkü günümüzde mükemmel yetenek ve bilgiyle donanımlı olan liderlerin değil, yüksek ahlaki değerlere sahip olan liderlerin başarılı olabileceği düşüncesi hâkimdir (Butcher, 1997; Akt. Yeung, 2004). Yeh (2012)'e göre, işletmelerin çalışanlarına verdikleri eğitim programlarında daha çok işin yapısı ile alakalı teknik bilgilerin yer aldığı görüşü hâkimdir. Bu yüzden öğrencilerin çalışma hayatında yer almadan önce iş ahlakı, etik, sosyal sorumluluk gibi konuları öğrenmiş olması gerekmektedir (Jaszay, 2002). Çünkü iş etiği kavramı işletmelerin başarısı için önemli bir kavramdır (Yeh, 2012). Bu noktada, öğrencilerin karakterlerinin şekillenmesinde önemli yere sahip olan üniversiteler, öğrencilere sosyal sorumluluk, iş ahlakı, sürdürülebilirlik gibi ahlaki değerleri içerisinde barındıran dersleri vererek, gelecekte öğrencilerin karar alma süreçlerinde bu ahlaki değerleri göz önünde bulundurmalarını sağlamaktadır (McKercher, vd., 2014; Ibrahim, vd., 2006). Bunun yanı sıra, geleceğin yöneticilerinin karar alma süreçlerinde ne tür sosyal sorumluluk alanlarına yöneleceklerine dair yeterince araştırma yapılmamıştır (Arlow, 1991). Bu çalışmanın temel amacı da lisans düzeyinde eğitim gören, son sınıf İşletme Fakültesi öğrencilerinin KSS kavramına yönelik tutumlarını belirlemektir. Böylelikle, geleceğin potansiyel yöneticileri olan öğrencilerin alacakları stratejik kararlarda hangi sorumluluklarının daha ön planda olacağı belirlenebilecektir.

2 Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), işletmelerin toplumun yaşam kalitesini artırma, daha sağlıklı bir çevre meydana getirme ve işletme karar ve politikalarında tüm paydaşların çıkarlarını dengelemesi gerektiğini öngören önemli bir kavramdır. Bu kavramın temeli, işletmelerin sorumluluklarını bütüncül bir kapsamda ele alma ve yürütülen faaliyetlerle toplum, çevre, tüketiciler, çalışanlar, hissedarlar ve işletmelerin diğer paydaşlarına faydalı olmaya dayanmaktadır (Brockett ve Rezaee, 2012). İşletmelerin temel amacı kar elde etme olmasına rağmen, işletmeler karar ve politikalarında sosyal ve çevresel stratejik yatırımlara yer vererek toplumun yaşam kalitesini arttırabilmektedir. Bu durum, işletmelere uzun dönemde rekabet avantajı sağlamakta (Commission of the European Communities, 2001) ve hatta işletmelerin sürdürülebilirliğine de önemli katkı sağlamaktadır (Brockett ve Rezaee, 2012).

Literatürde, işletmelerin toplum ve çevreye karşı sürdürülebilir ya da ahlaki davranışlarını ifade eden KSS, kurumsal vatandaşlık, kurumsal sürdürülebilirlik ve işletme sosyal sorumluluğu gibi kavramlar mevcuttur. KSS kavramı birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde açıklanmış ve kavramın kapsamı gittikçe değişmektedir. Örneğin; 1960'lı yılların başında KSS, şirketlerin gönüllü faaliyetleri ile aynı anlamda kullanılmaktaydı. Bu faaliyetlerin temel amacı, sosyal sorunları hafifletmekti. Ancak günümüzde, KSS işletmeler için temel bir faaliyet olarak değerlendirilmiş ve işletme faaliyetlerinde ve stratejilerinde kendine yer bulmuştur (De Grosbois, 2012).

Archie Carroll (1999) tarafından "Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Babası" olarak nitelendirilen Bowen (1953)'e göre KSS, işletmelerin hem kendi amaçlarına hem de toplumsal değerler ve beklentilere uygun politikalar belirleme ve uygulama, karar verme ve faaliyetleri yerine getirmeye toplumun yaşamını iyileştirmeye ilişkin yükümlülüklerinin bütünüdür. Sosyal sorumluluk kavramının tanımlanmasında öncülerden olan Davis (1967)'e göre sosyal sorumluluk "bireysel hareketlerin sosyal sistem içerisinde bütüncül bir şekilde ele alınması ve bu hareketlerin sorumluluğunun üstlenilmesi" anlamını taşımaktadır. Bir başka tanımlamaya göre KSS "işletmelerin kendi çıkarlarını koruduğu gibi toplumsal refahı koruma ve yükseltme amacına uygun faaliyetleri yapma yükümlülüğüdür" (Davis ve Blomstrom, 1975). Bu tanımlamada KSS iki önemli yönüne vurgu yapılmaktadır. Birincisi toplumsal refahı korumak ikincisi ise geliştirmektir. Toplumsal refahı korumak, işletme faaliyetlerinin toplum üzerinde olumsuz etkilerin ortadan kaldırılmasını; toplumsal refahı geliştirmek ise, topluma fayda sağlayacak faaliyetlerin yürütülmesini vurgulamaktadır. Bir diğer önemli tanım ise McGuire (1963) tarafından yapılmış olup, buna göre KSS kavramı işletmelerin sadece ekonomik ve yasal yükümlülüklerini yerine getirmesi değil, işletmelerin bu sorumlulukların ötesinde yükümlülüklerini ifade etmektedir.

3 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

KSS kavramının gelişimine en önemli katkılardan birini sağlayan Carroll geliştirmiş olduğu sosyal sorumluluk piramidiyle, işletmelerin sorumluluklarını ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluk olmak üzere dört başlık altında ele almıştır. Carroll (1991)'a göre, aslında işletmeler belirtilen bu sorumlulukların hepsini belirli ölçülerde yerine getirse de, son yıllarda işletmelerde etik ve gönüllü sorumluluklar daha fazla ön plana çıkmaktadır (Carroll, 1991).

3.1 Ekonomik Sorumluluk

İşletmeler toplumun istek ve ihtiyaçlarına uygun mal ve hizmet üreten ve bunu belirli bir fiyat karşılığında satan ekonomik kuruluşlardır. İşletmelerin var olması, ekonomik kazanç elde etmesine bağlıdır. Dolayısıyla ekonomik sorumluluk işletmelerin temel birinci sorumluluğu olup, bu sorumluluk yerine getirilmedikçe diğer sorumluluklardan bahsetmek oldukça güçtür. Hisse başına maksimum kazanç, verimlilik, piyasada rekabet edebilir

bir pozisyona sahip olmak ve kar odaklı olmak işletmelerin ekonomik sorumluluğunu ön planda tutan önemli kavramlardır (Carroll, 1991; Carroll, 2004).

3.2 Yasal Sorumluluk

İşletmeler için ekonomik kazanç elde etmek önemli olduğu kadar bu ekonomik kazancın hukuki düzenlemelere uygun olması da bir o kadar önemlidir. İşletme yöneticileri, karar alma ve alınan kararların faaliyete geçirilmesinde ulusal ve mahalli idarelerce düzenlenen yasal hükümleri göz önünde bulundurmakla yükümlüdür (Carroll, 1991; Carroll, 2004). İşletme ve işletmenin faaliyetlerini sürdürdüğü ülke arasındaki sosyal sözleşme ülkeden ülkeye değişkenlik göstermektedir. Bunun sonucu olarak yasal sistemler ve beklentiler de değişkenlik göstermektedir. Farklı ülkelerde faaliyet gösteren küresel bir işletmenin faaliyetlerini gerçekleştirirken uyması gerektiği yasal düzenlemelerde değişmektedir. Bu noktada, faaliyet sürdürülen ülkedeki ya da bölgedeki yasal düzenlemelerin takip edilmesi büyük önem arz etmektedir (Carroll, 2004).

3.3 Etik Sorumluluk

İşletmelerin etik sorumlulukları, paydaşları tarafından genel kabul gören ancak yasalarda yer almayan normlar, standartlar ve beklentiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Etik sorumluluklar, paydaşların ahlaki haklarını koruma, bu haklara saygı duyma, müşterilere, çalışanlara, hissedarlara ve topluma karşı adalet ve saygı çerçevesinde hareket etme gibi normları, beklentileri ve standartları kapsamaktadır. İşletmelerin alacağı karar ve yürüteceği faaliyetlerin, toplumun değer yargılarıyla bağdaşmayan ve toplumsal sorunlara neden olabilecek şekilde olmaması işletmelerin etik sorumluluklarıdır (Carroll, 1991; Carroll, 2004). İşletmenin kurumsal imajının güçlendirilmesi ya da olası bir itibar zedelenmesine karşı işletmelerin doğru işi yapması kurumsal sosyal sorumluluğun etik boyutunu oluşturmaktadır (Carroll, 2004). Ancak şunu belirtmek gerekir ki; etik sorumluluklar kültürden kültüre değişkenlik göstermekte olup (Parry ve Proctor-Thomson, 2002; Carroll, 2004) bu noktada işletme paydaşları beklentilerinin ve değer yargılarının araştırılması büyük öneme sahiptir.

3.4 Gönüllü Sorumluluk

Gönüllü sorumluluklar, toplum tarafından işletmeyi iyi bir kurumsal vatandaş olarak ön plana çıkaran, toplum yararına yapılan vicdani sorumluluklardır. Bu faaliyetler genel olarak toplumun yaşam kalitesinin artmasına yardımcı olabilecek faaliyetlerdir. Gönüllü sorumluluklara örnek olarak, işletmenin sanat, eğitim, spor gibi toplumsal faaliyetlere maddi ve manevi destek sağlaması örnek olarak gösterilebilir (Carroll, 1991). Bu sorumluluklar işletmenin toplumundan aldığı tekrar topluma geri vermesi ve bunun sürdürülebilir bir şekilde yürütülmesini kapsamaktadır. Bu sorumlulukların yerine getirilmemesinin herhangi bir yasal müeyyidesi yoktur. Yasal ve etik sorumlulukta olduğu gibi gönüllü sorumluluklar da ülkeden ülkeye değişkenlik göstermektedir. Örneğin Finlandiya’da işletmenin gönüllü sorumluluklarını yerine getirmesi konusunda halk bir beklenti içerisinde değildir. Çünkü bu sorumluluk devletin işletmelerden elde ettiği vergilerle, devlet eliyle yerine getirilmesi gereken bir sorumluluk alanıdır (Carroll, 2004).

4 Metodoloji

Bu bölümde, lisans eğitimi gören 4.sınıf öğrencilerinin potansiyel bir yönetici bakış açısıyla KSS kavramına yönelik tutumlarının belirlenmesine ilişkin araştırmanın amacı, yöntemi, kapsamı, sınırlılıkları ve bulgular yer almaktadır.

4.1 Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı yönetici adayları olarak lisans öğrenimi gören İşletme Fakültesi 4.sınıf öğrencilerinin KSS kavramı ve içeriğine yönelik görüş ve algılarını belirlemektir. Ayrıca işletmelerin KSS konusunda paydaşların önem sırasının belirlenmesi de bu çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

4.2 Araştırmanın Yöntemi

Araştırma verilerini elde etmek için kullanılan ölçek Carroll'un (1991) "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders" ve Aşçıgil'in (2004) "Perceptions on Corporate Social Responsibility: A Survey on Turkish Managers" başlıklı çalışmalarından uyarlanmıştır. Anket formu demografik özellikleri belirlemeye yönelik ifadeler ile KSS kavramı ve uygulamalarına ilişkin ifadelerden oluşmaktadır.

4.3 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Araştırma evrenini işletme fakültelerinin son sınıf öğrencileri oluştururken çalışma evrenini Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde eğitim öğretim gören 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Fakültede 2014-2015 eğitim öğretim yılı itibarıyla kayıtlı öğrenci sayısı sırasıyla; İşletme bölümünde 188, Turizm İşletmeciliği bölümünde 210 ve Uluslararası Ticaret bölümünde ise 128'dir. Toplam 4. Sınıf öğrenci sayısı 526'dır. Bu öğrencilerin 300'üne kolayca örnekleme yoluyla ulaşılmış olup doldurulan anketlerin 251'i değerlendirmeye uygun bulunmuştur (eksik, hatalı ve gelişigüzel doldurulduğuna inanılan 29 anket araştırmaya dahil edilmemiştir). Araştırmanın sınırlılıkları arasında sadece bir üniversitede yapılmış ve son sınıf öğrencilerinin dahil edilmiş olmasıdır. Araştırmaya 4. Sınıf öğrencilerinin dahil edilmesinin nedeni öğrencilerin önceki dönemlerde KSS kavramını doğrudan ya da dolaylı olarak içeren İşletme Bilimine Giriş, Yönetim ve Organizasyon, Stratejik

Yönetim, Sürdürülebilir Turizm, Halkla İlişkiler ve özellikle de İş Etiği gibi teorik derslerde görerek kavramın bilincinde olmaları ve mesleki hayata geçme aşamasının göreceli olarak daha yakın bir sürede gerçekleşebilecek olmasıdır. Anket formları 2015 yılı Şubat ayı içerisinde bırak-topla işlemiyle doldurulması sağlanarak toplanmıştır.

5 Bulgular

Çalışmaya katılan öğrencilere ilişkin demografik bulgular Tablo 1’de sunulmuştur. Çalışmaya katılan öğrencilerin % 43’ü kızlardan oluşmakta olup % 43’ü Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenimlerini sürdürmektedir. Öğrencilerin % 85’i staj veya kısa süreli çalışma deneyimine sahip olduklarını ve bu deneyimi öğrencilerin sırasıyla turizm endüstrisinde, banka, ticaret, sigorta vb. gibi iş yerlerinde elde ettiklerini belirtmişlerdir. İş deneyimi konusunda öğrencilerin % 19’u 37 haftadan fazla, % 42’si ise 12 haftaya kadar olduğunu belirtmişlerdir.

Değişken	Faktör	f	%	Toplam	Toplam %
Cinsiyetiniz	Kadın	107	43	251	100
	Erkek	144	57		
Bölümünüz	İşletme	85	34	251	100
	Turizm İşletmeciliği	109	43		
	Uluslararası Ticaret	57	23		
İş Tecrübeniz	Var	214	85	251	100
	Yok	37	15		
Çalıştığınız Sektör	Turizm	139	55	251	100
	Diğer	67	27		
	Cevapsız	45	18		
Çalışma Süreniz	1-12 hafta	105	42	251	100
	13-24 hafta	27	11		
	25-36 hafta	28	11		
	37 haftadan fazla	47	19		
	Cevapsız	44	18		

Tablo 1: Demografik Bulgular Özelliklere İlişkin Bulgular

Tablo 2’de araştırmaya katılan öğrencilerin KSS kavramını nasıl algıladıklarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Öğrencilerin büyük kısmı (% 77) KSS kavramını “topluma fayda sağlamak” olarak tanımlarken en düşük katılımı (%38) “Verimliliği arttırmak” olarak açıklamaktadırlar.

Değişken	F	%	Değişken	f	%
Hayırseverlik	112	45	Toplumsal değerlere saygı duymak	155	62
Gönüllü faaliyetler	159	64	Yasalara uygunluk	106	42
Tüm paydaşların çıkarlarını korumak	91	36	Topluma fayda sağlamak	192	77
Ahlaki değerlere uygunluk	171	68	İşletme için değer yaratmak	126	50
Verimliliği arttırmak	96	38	Diğer	2	1

Tablo 2. Katılımcıların KSS Kavramına İlişkin Alguları ve Paydaşların Önem Derecesi

Tablo 3’te KSS bağlamında bir işletmenin sorumlu olduğu paydaşların önem derecelerine göre (1; kesinlikle önemsiz – 9; kesinlikle önemli) sıralamalarına ilişkin bulgular yer almaktadır. Katılımcı öğrenciler en önemli paydaş olarak toplumu ve en düşük ortalamaya sahip paydaş olarak ise sivil toplum kuruluşlarını işaret etmektedirler.

Değişken	1		2		3		4		5		6		7		8		9		A.O.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Toplum	51	27	36	19	21	11	22	12	24	13	12	6	6	3	6	3	9	5	6,60
Müşteriler	31	17	49	26	34	18	20	11	17	9	11	6	6	3	12	6	7	4	6,46
İşletme Çalışanları	36	19	22	12	20	11	28	15	35	19	14	8	18	10	11	6	3	2	6,12
Hissedarlar	20	11	16	9	33	18	22	12	21	11	26	14	20	11	15	8	14	8	5,26
Devlet	13	7	17	9	22	12	26	14	23	12	35	19	16	9	18	10	17	9	4,91
Çevre	9	5	27	14	14	8	20	11	23	12	20	11	20	11	43	23	11	6	4,64
Rakipler	14	8	11	6	21	11	25	13	15	8	18	10	25	13	23	12	35	19	4,35
Tedarikçiler	2	1	6	3	12	6	16	9	12	6	29	16	54	29	38	20	18	10	3,63
Sivil Toplum Kuruluşları	10	5	5	3	10	5	9	5	19	10	21	11	20	11	22	12	71	38	3,25

Tablo 3: Önemine Göre Paydaşların Sıralanmasına İlişkin Frekans ve Yüzde Bulguları

Tablo 4'te, Tablo 5'te belirtilen ölçeğe ve faktörlere ilişkin güvenilirlik analizi bulguları yer almaktadır. Güvenilirlik analizinde Cronbach Alpha (α) değeri $0.60 \leq \alpha < 0.80$ olması halinde ölçek oldukça güvenilir, $0.80 \leq \alpha < 1.00$ olması halinde ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir sonucu elde edilmektedir (Kayış, 2010:405). Ölçeğe ilişkin güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alpha değerinin 0.92 olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu durumda ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçek iken faktörler oldukça güvenilir olarak yorumlanabilmektedir.

Değişken	Faktör Değişkeni Sayısı	Cronbach Alpha	Güvenilirlik Düzeyi
Ekonomik	5	0.797	Oldukça Güvenilir
Yasal	4	0.724	Oldukça Güvenilir
Etik	5	0.781	Oldukça Güvenilir
Gönüllü	2	0.677	Oldukça Güvenilir
Ölçek	16	0,92	Yüksek Derecede Güvenilir

Tablo 4: Faktörlere İlişkin Güvenilirlik Analizi Bulguları

Tablo 5'te yer alan bulgulara göre, öğrencilerin stratejik kararlarda, en fazla ekonomik ve gönüllü sorumluluğa, daha sonra etik ve son olarak da yasal sorumluluğa yer verdikleri belirlenmiştir.

Değişken	a.o.	s.s.
Ekonomik Sorumluluk	3,94	0,89
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, mümkün olan en yüksek kârı hedeflemelidir.	3,77	1,31
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, uzun vadede başarılar elde etmek için planlama yapmalıdır.	4,33	1,26
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, etik konulara öncelik verilmesinden dolayı ekonomik performansın olumsuz yönde etkilenmesine hiçbir zaman müsaade etmemelidir.	3,55	1,21
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, her zaman işletmenin ekonomik performansını geliştirmelidir.	3,94	1,12
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, üretim maliyetlerini yakından takip etmelidir.	4,12	1,11
Yasal Sorumluluk	3,77	0,9
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, çalışanların kanunların çizdiği çerçeveye içinde davranmalarını sağlamalıdır.	3,93	1,17
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, performansı arttırmak uğruna bile olsa kanunları zorlayan yorumlamalardan kaçınmalıdır.	3,62	1,20
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, sözleşmelerden doğan yükümlülüklerini göz ardı etmekten kaçınmalıdır.	3,53	1,34
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, düzenleyici kanun ve yönetmeliklerle tanımlanan prensiplere her zaman uymalıdır.	4,00	1,08
Etik Sorumluluk	3,85	0,9
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, sosyal sorunların / problemlerin çözülmesine yardım etmelidir.	4,12	1,08
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, etik ilkelere saygının, ekonomik performansa göre öncelikli olarak ele alınmasını sağlamalıdır.	3,77	1,22
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, işletmenin toplumda “sadece kâr sağlamanın” ötesinde bir rol üstlenmesini sağlamalıdır.	3,97	1,26
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, herkes tarafından kabul edilmiş etik ilkelere bağlı olmalıdır.	3,78	1,19
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, işletmenin, amaçlarına ulaşması uğruna etik ilkelere ödün vermekten kaçınmalıdır.	3,59	1,31
Gönüllü Sorumluluk	3,94	1
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, işletme kaynaklarının bir kısmını yardım faaliyetlerine ayırmalıdır.	3,97	1,16
Bir yönetici, işletme ile ilgili kararlar alırken mutlaka, toplum ile ilgili sorunların yönetimine katılmalıdır.	3,90	1,11

Tablo 5: KSS kavramına ilişkin faktörler ve faktör değişkenlerinin ağırlıklı ortalama ve standart sapma dağılımları

Öğrencilerin KSS kavramına ilişkin tutumları ile cinsiyetleri arasında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan t- Testi analizinde, öğrencilerin cinsiyetlerine göre kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin tutumlarının farklılaşmadığı bulgusu elde edilmiştir. Benzer şekilde öğrencilerin KSS kavramına ilişkin tutumları ile buldukları bölüm arasında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan varyans analizinde, öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm ile kurumsal sosyal sorumluluğa ilişkin tutumlarının farklılaşmadığı bulgusu elde edilmiştir.

6 Sonuç

Araştırmanın sonucunda, öğrencilerin karar alma süreçlerinde KSS alt boyutlarından sırasıyla ekonomik ve gönüllü sorumluluk, etik ve yasal sorumlulukları ön planda tuttıkları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla KSS kavramı kapsamında ilk yapılan önemli saptama ekonomik sorumluluk üzerine olmuştur. Bu durum, Carrroll (1991)'un "*ekonomik sorumluluk yerine getirilmedikçe diğer sorumluluklardan bahsetmek güçtür*" ifadesini desteklerken İbrahim vd. (2006)'nin yaptıkları çalışmada elde edilen sonuçla da önemli benzerlikler taşımaktadır. İbrahim vd'nin. (2006) yaptıkları çalışmada muhasebe öğrencilerinin gelecekte karar alma faaliyetlerinde sırasıyla ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumlulukları içerisinde barındıracak tutum içerisinde oldukları sonucu ile öğrencilerin sektörde muhasebe alanında faaliyet gösteren yöneticilere oranla etik ve gönüllü sorumlulukları daha fazla dikkate aldıkları belirlenmiştir. İşletme ile ilgili kararlar alınırken kaynakların bir kısmını yardım faaliyetlerine aktarma, toplumsal sorunların çözümüne aktif bir şekilde katılmayı ifade eden gönüllü sorumlulukların geleceğin yöneticileri tarafından önemsendiği görülmektedir. Bu durumun muhtemel sebebi olarak, son yıllarda sürdürülebilirlik, iş etiği, toplum ve işletme gibi ahlaki değerleri içeren derslerin üniversite müfredatlarında yer alması gösterilebilir.

Yönetici adaylarının işletmenin en önemli paydaşları olarak sırasıyla toplum, müşteriler, işletme çalışanları ve hissedarları benimsemeleri, gelecekte alınacak kararlarda ekonomik kaygıların yanı sıra diğer paydaşların çıkarlarının da göz önünde bulundurulacağını göstermektedir. Bunun yanı sıra, KSS kavramının tanımlanmasına ilişkin verilen cevaplarda '*topluma fayda sağlamak*', '*ahlaki değerlere uygunluk*', '*gönüllü faaliyetler*', '*toplumsal değerlere saygı duymak*' olarak tanımlanan kavramın öğrenciler tarafından anlaşıldığı ve benimsendiği söylenebilir.

Arlow (1991) öğrencilerin sosyal sorumluluk kavramına yönelik tutumlarını araştırması sonucunda elde ettikleri bulgularda, kadın katılımcıların erkeklere göre ahlaki sorumlulukları daha fazla ön planda tuttıkları belirlenmiştir. Ayrıca, İbrahim ve Angelidis (1991) yaptıkları çalışmada, erkeklerin kadınlara göre ekonomik sorumluluğu ön planda tuttıkları, kadınların ise erkeklere oranla gönüllü sorumluluklara daha fazla yer verme eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Burton ve Geharty (1999) erkek ve kadınların KSS kavramına yönelik tutumlarını belirlemede, erkeklerin sırasıyla ekonomik, etik, yasal ve gönüllü sorumluluk; kadınların ise sırasıyla etik, yasal, ekonomik, gönüllü sorumluluğu ön planda tuttıkları belirlenmiştir. Aksine, bu çalışmada ise öğrencilerin cinsiyetlerine göre KSS tutumlarının farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde öğrencilerin buldukları bölüm ile de tutumları arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulguları genelleyebilmek için, ülke genelinde farklı İşletme ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde daha fazla örneklemeye ulaşılmalıdır. Ayrıca, potansiyel yöneticiler olarak değerlendirilen öğrenciler ile farklı sektörlerde aktif bir şekilde yönetici kademesinde yer alan yöneticilerin de KSS kavramına ilişkin tutumları araştırılmalı ve öğrencilerle mukayese edilmelidir. Böylece geleceği günümüzden ne derece farklılaştıracak kararların alınacağı tahmin edilebilir. Araştırmacılara bu önerilerin ötesinde, ülkemizde yer alan üniversite ve hatta orta öğretim müfredatlarında dahi iş etiği, KSS, sürdürülebilirlik, işletme ve toplum gibi derslerin yer alması sağlanmalıdır. Böylece öğrencilerin gelecekte karar alma faaliyetlerinde tüm paydaşların çıkarlarını dengeleyebilecek bir tutum içerisinde olmaları sağlanabilecektir.

Kaynakça

- Albinger, Freeman, 2000. "Corporate Social Performance and Attractiveness as An Employer to Different Job Seeking Populations", *Journal of Business Ethics*, 28(3), p. 243-253.
- Arlow, 1991. "Personal Characteristics in College Students' Evaluations of Business Ethics and Corporate Social Responsibility", *Journal of Business Ethics*, 10(1), p. 63-69.
- Aşçıgil, 2004. "Perceptions on corporate social responsibility: A survey on Turkish managers", In IABPAD Conference Proceedings, January, New Orleans.
- Ayub, 2008. "Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Değerlendirme Raporu", KSS Derneği, Mart, Ankara.
- Bhattacharya, Sen, Korschun, 2008. "Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent", *MIT Sloan Management Review*, 49(2),
- Brammer, Millington, Rayton, 2007. "The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment", *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), p. 1701-1719.
- Bowen, (1953). "Social Responsibilities of Businessman", New York: Harper and Row.
- Brockett, Rezaee, 2012. "Corporate Sustainability; Integrating Performance and Reporting", John Wiley&Sons, Canada
- Burton, ve Hegarty, 1999. "Some Determinants of Student Corporate Social Responsibility Orientation", *Business and Society*, 38(2), p.188-205.

- Butcher, 1997. "The Need for Ethical Leadership", *Executive Speeches*, 11(5), p. 83-86.
- Çalışkan, Ünüsan, 2011. "Hotel Employee Perceptions of Corporate Social Responsibility and Its Effects on Job Satisfaction and Intention to Stay", *Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi*, 22(2), p. 154-166.
- Carroll, 1999. "Corporate Social Responsibility: Evolution of A Definitional Construct", *Business and Society*, 38(3), p. 268-295.
- Carroll, 2004. "Managing Ethically with Global Stakeholders: A Present and Future Challenge", *The Academy of Management Executive*, 18(2), p. 114-120.
- Carroll, 1991. "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons*, 34(4), p. 39-48.
- Cochran, Wood, 1984. "Corporate Social Responsibility and Financial Performance", *Academy of Management Journal*, 27(1), p. 42-56.
- Commission of the European Communities, "Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility", COM (2001) 366 Final, Brussels.
- Cornelius, Wallace, Tassabehji, 2007. "An Analysis of Corporate Social Responsibility, Corporate Identity and Ethics Teaching in Business Schools", *Journal of Business Ethics*, 76(1), p. 117-135.
- Davis, 1967. "Understanding the Social Responsibility Puzzle", *Business Horizons*, 10(4), p. 45-50.
- Davis, Blomstrom, 1975. "Business and Society: Environment and Responsibility", 3rd Edition, New York: McGraw-Hill.
- De Grosbois, 2012. "Corporate Social Responsibility Reporting by The Global Hotel Industry: Commitment, Initiatives and Performance", *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), p. 896-905.
- Farooq, Farooq, Jasimuddin, 2014. "Employees Response to Corporate Social Responsibility: Exploring the Role of Employees' Collectivist Orientation", *European Management Journal*, 32(6), p. 916-927.
- Greening, Turban, 2000. "Corporate Social Performance as a Competitive Advantage in Attracting a Quality Workforce", *Business and Society*, 39(3), p. 254-280.
- Hopkins, 2003. *The Planetary Bargain*. Earth-scan: UK.
- Ibrahim, Angelidis, 1991. "Effects of Board Members' Gender on Level of Involvement in Strategic Management and Corporate Social Responsiveness Orientation", *Proceedings of The Northeast Decision Sciences Institute*, p. 208-210.
- Ibrahim, Angelidis, Howard, 2006. "Corporate Social Responsibility: A Comparative Analyses of Perceptions of Practicing Accountants and Accounting Students", *Journal of Business Ethics*, 66(2-3), p. 157-167.
- Inoue, Lee, 2011. "Effects of Different Dimensions of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance in Tourism-Related Industries", *Tourism Management*, 32(4), p. 790-804.
- Jaszay, 2002. "Teaching Ethics in Hospitality Programs", *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 14(3), p. 57-59.
- Kang, Lee, Huh, 2010. "Impacts of Positive and Negative Corporate Social Responsibility Activities on Company Performance in the Hospitality Industry", *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), p. 72-82.
- Kayış, 2006. "Güvenirlilik analizi". Ş. Kalaycı (der.), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın, p. 404-409.
- Kim, Lee, Lee, Kim, 2010. "Corporate Social Responsibility and Employee-Company Identification", *Journal of Business Ethics*, 95(4), p. 557-569.
- Kotler, Lee, 2006. "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" (S. Kaçamak, Çev.), *MediaCat*, İstanbul.
- Lee, Heo, 2009. "Corporate Social Responsibility and Customer Satisfaction among US Publicly Traded Hotels and Restaurants", *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), p. 635-637.
- Liu, Zhou, 2009. "Corporate Social Responsibility and Customer Loyalty: A Conceptual Framework", In *Service Systems and Service Management*, 2009. ICSSSM'09. 6th International Conference on (p.794-798). IEEE.
- McGuire, 1963. "Business and Society", New York: McGraw-Hill.
- McKercher, Mackenzie, Prideaux, Pang, (2014). "Is The Hospitality and Tourism Curriculum Effective in Teaching Personal Social Responsibility?", *Journal Hospitality and Tourism Research*, 38(4), p. 431-462.

- Özalp, Tonus, Sarıkaya, 2008. “İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin KSS Algılamaları Üzerine Bir Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), p. 69-84.
- Park, Levy, 2014. “Corporate Social Responsibility: Perspectives of Hotel Frontline Employees”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(3), p. 332-348.
- Parry, Proctor-Thomson, 2002. “Perceived Integrity of Transformational Leaders in Organisational Settings”, *Journal of Business Ethics*, 35(2), p. 75-96.
- Pérez, Rodríguez del Bosque, 2015. “Corporate Social Responsibility and Customer Loyalty: Exploring the Role of Identification, Satisfaction and Type of Company”, *Journal of Services Marketing*, 29(1), p. 15-25.
- Sen, Bhattacharya, 2001. “Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility”, *Journal of Marketing Research*, 38(2), p. 225-243.
- Stone, 2001. “Corporate Social Responsibility and Institutional Investment”, *Business and Society*, 40(1), p. 112-117.
- Turban, Greening, 1997. “Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees”, *Academy of Management Journal*, 40(3), p. 658-672.
- Tsoutsoura, 2004. “Corporate Social Responsibility and Financial Performance. Center for Responsible Business”
- Wang, 2014. “Do Ethical and Sustainable Practices Matter? Effects of Corporate Citizenship on Business Performance in the Hospitality Industry”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(6), p. 930-947.
- WBCSD (World Business Council For Sustainable Development), www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx, Erişim Tarihi: 18.08.2015.
- Windsor, 2006. “Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches”, *Journal of Management Studies*, 43(1), p. 93-114.
- Yeh, 2012. “Hotel General Managers’ Perceptions of Business Ethics Education: Implications for Hospitality Educators, Professionals, and Students”, *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 11(1), p. 72-86.
- Yeung, 2004, “Hospitality Ethics Curriculum: An Industry Perspective”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(4), p. 253-262.