

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı

**ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞININ
ÖRGÜTSEL SOSYAL SORUMLULUK ÜZERİNDEKİ
ETKİSİ: AFGANİSTAN DOĞAL KAYNAKLAR
DAİRESİ BAŞKANLIĞI**

Yüksek Lisans Tezi

Mojibrahman RASOOLİ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gül GEDİKKAYA

İstanbul-2023

TEZ TANITIM FORMU

- Yazar Adı Soyadı** : Mojibrahman Rasooli
- Tezin Dili** : Türkçe
- Tezin Adı** : Çalışanların Örgütsel Bağlılığının Örgütsel Sosyal Sorumluluk Üzerindeki Etkisi: Afganistan Doğal Kaynaklar Dairesi Başkanlığı
- Enstitü** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- Anabilim Dalı** : Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi
- Tezin Türü** : Yüksek Lisans
- Tezin Tarihi** : 12.07.2023
- Sayfa Sayısı** : 126
- Tez Danışmanı** : Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gül GEDİKKAYA
- Dizin Terimleri** : Örgütsel Bağlılık, Sosyal Sorumluluk, Kabil Merkezi Çevre Koruma Teşkilatı.
- Türkçe Özet** : Bu araştırmanın amacı örgütsel bağlılık ve kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu çalışmanın temel amacı, örgütsel sosyal sorumluluk ile çalışan bağlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemek ve incelemektir. Aslında, çalışan bağlılığını artırmanın veya azaltmanın örgütün sosyal sorumluluğu üzerinde bir etkisi olup olmadığı incelenecektir. Araştırmanın örneklemini ise Afganistan Doğal Kaynaklar Dairesi Başkanlığı'nın 200 idari personel oluşturmaktadır.
- Dağıtım Listesi** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Mojibrahman RASOOLI

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı

**ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞININ
ÖRGÜTSEL SOSYAL SORUMLULUK ÜZERİNDEKİ
ETKİSİ: AFGANİSTAN DOĞAL KAYNAKLAR
DAİRESİ BAŞKANLIĞI**

Yüksek Lisans Tezi

Mojibrahman RASOOLİ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gül GEDİKKAYA

İstanbul – 2023

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Mojibrahman RASOOLİ

.../.../2023



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Mojib Rahman RASOOLİ' nin “Çalışanların Örgütsel Bağlılığının Örgütsel Sosyal Sorumluluk Üzerindeki Etkisi: Afganistan Doğal Kaynaklar Dairesi Başkanlığı” adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bilim Dalı YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gül GEDİKKAYA
(Danışman)

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe GÜR TÜRKDOĞAN

Üye

Doç. Dr. Hatice ALTINOK

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.... / / 2023

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Günümüzde örgütlerin başarılı olmasında çalışanların örgüte bağlılığının artırılması önemli bir faktör olarak düşünülmektedir. Ancak bu tek başına bir örgütün başarılı olması için yeterli değildir. Örgütlerin sadece iç paydaşlarına ve müşterilere odaklı olması değil aynı zamanda tüm diğer paydaşları ve çevresine karşı duyarlı olması beklenmektedir. Örgütsel sosyal sorumluluk, bir örgütün çalışanları, müşterileri, tedarikçileri, hissedarları ve içinde faaliyet gösterdiği çevre dahil olmak üzere paydaşlarına karşı sahip olduğu etik ve ahlaki yükümlülükleri ifade eden bir kavramdır. Zira kanun ve yönetmeliklere uymanın yanı sıra toplumun ve çevrenin çıkarları doğrultusunda hareket etmek de örgütlerin sorumlulukları arasındadır. Örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyal sorumluluk, örgütsel davranış alanında iki önemli kavram olarak kabul edilmektedir. Bu iki kavram arasındaki ilişki, her iki kavramın da birbirini etkilemesiyle karmaşık ve çok boyutludur.

Bu araştırmanın amacı örgütsel bağlılık ve kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırmanın örneklemini ise Afganistan Doğal Kaynaklar Dairesi Başkanlığı'nın 200 idari personel oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğünü belirlemek için Morgan tablosu kullanılmıştır. İstatistiksel evrenin büyüklüğüne göre (200 kişi) örneklem büyüklüğü 132 olmuş ve son olarak araştırmacı tarafından 126 anket değerlendirmeye alınmıştır. Mevcut araştırma anketi üç bölümden oluşmaktadır, birinci bölüm cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi gibi demografik değişkenlerle, ikinci bölüm sosyal sorumlulukla ve üçüncü bölüm örgütsel bağlılıkla ilgili sorular içermektedir. Örgütsel bağlılığı ölçmek için Ellen ve Meier' tarafından geliştirilen sosyal sorumluluk anketini ve boyutlarını tasarlamak için iç ve dış anketler kullanılmıştır. Bu anket sosyal sorumluluk boyutları ile ilgili 33, örgütsel bağlılık ile ilgili 17 soru içermektedir. Katılımcılardan her bir soru hakkında görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Bu anket 05.10.2021 ile 15.10.2021 tarihleri arasında Taliban rejimi öncesi yapılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre; örgütsel bağlılık yasal sorumluluk, ahlaki sorumluluk, ekonomik sorumluluk ve ulusal sorumluluk üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Bağlılık, Sosyal Sorumluluk, Kabil Merkezi Çevre Koruma Teşkilatı.

SUMMARY

Today, increasing the commitment of employees to the organization is considered as an important factor in the success of organizations. However, this alone is not enough for an organization to be successful. Organizations are expected not only to be focused on their internal stakeholders and customers, but also to be sensitive to all other stakeholders and their environment. Organizational social responsibility is a concept that expresses the ethical and moral obligations an organization has towards its stakeholders, including its employees, customers, suppliers, shareholders and the environment in which it operates. Because, in addition to complying with laws and regulations, acting in line with the interests of society and the environment is among the responsibilities of organizations. Organizational commitment and organizational social responsibility are accepted as two important concepts in the field of organizational behavior. The relationship between these two concepts is complex and multidimensional as both concepts affect each other.

The aim of this research is to examine the relationship between organizational commitment and corporate social responsibility. The universe of the research consists of employees. The data of the research consists of 200 administrative personnel of the Afghanistan Natural Resources Department. The Morgan chart was used to determine the sample size. According to the size of the statistical universe (200 people), the sample size was 132 and finally 126 questionnaires were evaluated by the researcher. The current research questionnaire consists of three parts, the first part contains questions about demographic variables such as gender, age, education level, the second part includes questions about social responsibility and the third part includes questions about organizational commitment. Internal and external questionnaires were used to design the social responsibility questionnaire developed by Ellen and Meier to measure organizational commitment and its dimensions. This questionnaire contains 33 questions about social responsibility dimensions and 17 questions about organizational commitment. Participants were asked to express their opinions about each question. Participants were asked to express their opinions about each question. This survey was conducted between 05.10.2021 and 15.10.2021 before the Taliban regime.

According to the information obtained as a result of the research; organizational commitment has a positive and significant effect on legal responsibility, moral responsibility, economic responsibility and national responsibility.

Keywords: Organizational Commitment, Social Responsibility, Kabul Central Environmental Protection Agency.



İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY	ii
KISALTMALAR	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
GRAFİKLER LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
ÖNSÖZ.....	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Örgütsel Bağlılığın Önemi.....	7
1.2. Örgütsel Bağlılığa İlişkin Yaklaşımlar.....	10
1.2.1. Tutumsal Yaklaşım	11
1.2.1.1.Kanter'in Yaklaşımı.....	12
1.2.1.2.Etzioni'nin Yaklaşımı.....	14
1.2.1.3.O'Reilly ve Chatman'ın Yaklaşımı.....	15
1.2.1.4.Penley ve Gould'un Yaklaşımı.....	16
1.2.1.5.Allen ve Meyer'in Yaklaşımı.....	16
1.2.2. Davranışsal Bağlılık	17
1.2.2.1.Becker'in Yan Bahis Yaklaşımı.....	18
1.2.2.2.Salancik'in Yaklaşımı.....	19
1.2.3. Çoklu Bağlılık Yaklaşımı.....	19
1.3. Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Faktörler	20
1.4. Örgütsel Bağlılığın Boyutları	23

İKİNCİ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL SORUMLULUK

2.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi.....	29
2.2. Sorumluluk Türleri312.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı	32
2.4. Örgütleri Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Yönlendiren Etmenler	37
2.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri.....	39
2.5.1. Friedman’ın Hissederlar Modeli	40
2.5.2. Caroll’un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi	41
2.5.3. Ackerman’ın Sosyal Duyarlılık Modeli	45
2.6. Kamu Kurumlarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk	47
2.7. Devletin Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Sağlamadaki Rolü	49
2.8. Örgütsel Bağlılık ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	49
2.9. Afganistan Kamu Yönetimi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk	51
2.9.1. Afganistan'da Örgütsel Sosyal Sorumluluğun Teşvik Edilmesinin Kolaylaştırılmasını Etkileyen Faktörler	58
2.9.1.1.Halka açık anonim şirketler.....	58
2.9.1.2.Çok uluslu şirketler.....	59
2.9.1.3.Sivil toplum kuruluşları ve dernekler.....	59
2.9.1.4.Hükümet.....	59
2.9.2. Afganistan'ın Örgütsel Sosyal Sorumluluk Alanındaki Kamu Politikası Seçenekleri.....	60

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Amacı	63
3.2. Araştırmanın Kapsamı	63

3.3. Araştırmanın Önemi.....	64
3.4. Araştırmanın Yöntemi.....	64
3.5. Araştırmanın Evreni	65
3.6. Veri Toplama Araçları	66
3.7. Geçerlilik ve Güvenilirlik	67

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Değişkenlere Göre Dağılımlarına Yönelik Bulgular.	69
4.2. İlişki Analizi Sonuçları	74
4.3. Regresyon Analizi Sonuçları	77
4.4. Friedman Test Sonuçları	90
SONUÇ VE ÖNERİ	92
KAYNAKLAR	97
EKLER	101

KISALTMALAR

- AB** : Avrupa Birliği
ADKDB : Afganistan Doğal Kaynaklar Dairesi Başkanlığı
KSS : Kurumsal Sosyal Sorumluluk



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Tutumsal Yaklaşım ve Davranışsal Yaklaşımın Karşılaştırılması	27
Tablo 2. KSS ile ilgili Afganistan 'da KSS ile İlgili Gerçekleştirilen Eylemler	53
Tablo 3. Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Bağlılık Anketlerinin Güvenilirlik Analizi	68
Tablo 4. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılım	69
Tablo 5. Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı	70
Tablo 6. Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı	72
Tablo 7. Katılımcıların Hizmet Süresine Göre Dağılımı	73
Tablo 8. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanları ile Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ekonomik Sorumluluk Arasında İlişkiye Yönelik Test Sonuçları.....	74
Tablo 9. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanları ile Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Yasal Sorumluluk Arasında İlişkiye Yönelik Test Sonuçları.....	75
Tablo 10. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanları ile Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ulusal Sorumluluk Arasında İlişkiye Yönelik Test Sonuçları.....	76
Tablo 11. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanları ile Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ahlaki Sorumluluk Arasında İlişkiye Yönelik Test Sonuçları.....	77
Tablo 12. Kolmogorov-Smirnov Testi.....	78
Tablo 13. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ekonomik Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Model Özeti.....	78
Tablo 14. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ekonomik Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları	79

Tablo 15. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ekonomik Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Testi Sonuçları.....	80
Tablo 16. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Yasal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Model Özeti.....	81
Tablo 17. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Yasal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları.....	81
Tablo 18. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Yasal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Testi Sonuçları	82
Tablo 19. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ulusal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Model Özeti.....	83
Tablo 20. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ulusal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları.....	83
Tablo 21. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ulusal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Testi Sonuçları	84
Tablo 22. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ahlaki Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Model Özeti.....	85
Tablo 23. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ahlaki Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları.....	86
Tablo 24. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ahlaki Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Testi Sonuçları	86

Tablo 25. Çalışan Bağlılığının Sosyal Sorumluluk Üzerinde Etkisine Yönelik Hipotezleri Kabulü ve Reddi.....	87
Tablo 26. Sosyal Sorumluluğun Boyutlarına Yönelik Friedman Testinin Sonuçları	91
Tablo 27.Örgütsel Bağlılığa Yönelik Friedman Testinin Sonuçları	91



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılım	70
Grafik 2. Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı	71
Grafik 3. Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı	72
Grafik 4. Katılımcıların Hizmet Süresine Göre Dağılımı	73



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Örgütsel Bağlılığın Sınıflandırılması.....	12
Şekil 2. Örgütsel Bağlılığın Üç Parçalı Modeli	24
Şekil 3. Sorumluluk Türleri	32
Şekil 4. Caroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi	42



ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında; konu belirleme de dahil olmak üzere bütün tez yazım sürecinde bana fikir ve yol gösteren, her anlamda bana sürekli yardımcı olan, sorunlarımı en kısa sürede çözüme ulaştıran, bilimsel ve akademik katkılarını, desteklerini esirgemeyen hocam Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gül GEDİKKAYA'ya teşekkürü borç bilirim.



GİRİŞ

İnsan, doğumundan hayatının sonuna kadar toplumda yaşayan ve diğer insanlarla sürekli etkileşim içinde olan sosyal bir varlıktır. Bu nedenle her zaman bir toplulukta nasıl yaşayacağını öğrenmeli ve ihtiyaçlarını karşılamalıdır. Bu ise bir kişinin sosyalleşme sürecinde öğrendiği bir dizi sosyal beceri gerektirir ve bunların doğru şekilde öğrenilmesi sosyal sorumluluğun oluşmasına yol açabilir. Son on yılda, sosyal sorumluluk, önceden kentsel eğitim ve vatandaşlık olarak adlandırılan çalışma alanının bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal sorumluluk kavramı, bireyin ve örgütün daha geniş toplum ve siyasi topluluğun sorumlu ve aktif üyeleri olmasını sağlayan sosyal becerilerin geliştirilmesini içerdiğinden çok daha geniş bir kavramdır (Berman, 1993).

Sosyal sorumluluk, sosyal kurallara uymak ve toplumun bireyden beklentilerini karşılamak olarak tanımlanmıştır. Bu kanunlar sosyal rollerden çıkarılır ve aslında kültürel ve sosyal normları ifade etmektedir. Aynı zamanda bir bireyin toplumdaki diğer insanlara bağlılığının nasıl ve ne ölçüde olduğunu göstermektedir (Ford, 1985). Örgütsel sosyal sorumluluğun gerekliliklerinden biri örgütsel bağlılıktır. Örgütsel bağlılık, basitçe çalışanın örgütsel değerleri benimsemesini ifade etmektedir. Vicdan, iş etiği, isteklilik ve sorumluluk gibi çok sayıda kavram, bağlılığa eşdeğer birçok farklılığa rağmen kullanılmakta, diğer bir deyişle birçok örgütsel psikolojik kavram gibi bağlılık da farklı şekillerde tanımlanmaktadır (Shokrzadeh, 2002).

Yönetim kuramları esas itibariyle, endüstri devriminden sonra ve özellikle de 1900'lerden itibaren sistemli bir şekilde gelişmeye başlamış ve yönetimin belirli ilke ve kurallara sahip bir çalışma alanı olarak kabul ettirmesi de içinde bulunduğumuz yüzyılda olmuş. Yönetim kuramları, klasik ve modern yönetim kuramlara ayrılmıştır. Klasik yönetim kuramının üç ayrı alt yaklaşım bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, öncülüğünü Frederick W. Taylor'un yaptığı 'bilimsel yönetim' yaklaşımı; İkincisi, öncülüğünü Henri Fayol'un yaptığı 'yönetim süreci' yaklaşımı ve üçüncüsü de öncülüğünü Max Weber'in yaptığı 'bürokrasi' yaklaşımıdır. Modern yönetim kuramı 1929' da ABD'de başlayan ekonomik krizden çıkabilmek için öngörülen yol "daha verimli çalışmak ve daha çok üretmek olmuştur." Bu da "klasik yönetim kuramının eksikleri ve sorunları var mı?" sorusunu gündeme getirmiş.

Bilimsel yönetimin babası olarak anılan Taylor'un zamanında, yöneticilere verilen tavsiye atölyelerini üretken tutmak ise ve insan ilişkileri okulunda yöneticiler manevi ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaya teşvik ediliyorsa, artık yöneticiler çevreye odaklanmaktadır. Yöneticilerin tüm dikkatini örgütün üretkenliği ve karlılığında gören geleneksel örgüt kuramı, yerini çevresel ve sosyal konulara odaklanan bir yaklaşıma bırakmaktadır. Günümüzde başarılı olmak için, örgütler sadece müşterileri açısından örgütün dış çevresine değil, aynı zamanda tüm çalışanlarına, vatandaşlarına, tüm insanlara ve bu gezegenin tüm doğasına müşterileri olarak bakmalıdır. Günümüz yöneticileri, teknik ve insan becerilerine ek olarak, sosyal sorunları yönetme, sosyal ve çevresel ihtiyaçlara yanıt verme becerileriyle donatılmış olmalı ve topluluk sorunlarını örgütsel hedeflerinin bir parçası olarak ele almalıdır. Sosyal konulara dikkat etmek, örgütlerde gerekli yapıları oluşturmayı ve bütüncül bir kültür oluşturmayı gerektirmektedir. Örgütlerin sosyal sorumluluğu konusu sadece özel sektör için değil kamu sektörü içinde önem kazanmış bir konudur. Kamu hizmetlerinin yürütülmesinde kamu yararı kavramının yanında sosyal sorumluluk kavramı da önemlidir. Sosyal sorumluluğa inanç yaratmak, kamu hizmetini yönetmenin temel taşıdır ve örgütlerdeki sosyal sorumluluk yöneticileri, temel bir gerekliliği yazıp buna inandıklarında, kesinlikle bunu başarmak için gerekli mekanizmaları sağlamaya çalışacaklardır. Asgari yasal gerekliliklerin ötesine geçmek, örgütün faaliyet gösterdiği sosyal sorumluluktur. Örgütsel sosyal sorumluluk, bir örgütün hem iç hem de dış toplum üzerindeki sosyal etkisini dikkate alan üstün bir iş yaklaşımıdır ve temel amacı kamu- özel sivil dahil olmak üzere tüm sektörleri bir araya getirmektir. Bir yandan ekonomik faydaları çevre ile uyumlu hale getirir, diğer yandan iş başarısına, büyümesine ve istikrarına neden olur. Tabi ki, işletmenin sosyal sorumluluğa bağlılığının, işin türü ve ekonomik birimin büyüklüğü ile orantılı olduğu dikkate alınmalıdır. Son 30 yılda endüstriyel psikoloji ve örgütsel davranış alanındaki en önemli araştırma konularından biri olan örgütsel bağlılık, çalışan performansı ve davranışlarının çoğu üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. Örgütsel bağlılık, bireyin örgütü temsilcisi olarak görmesi ve örgütün bir üyesi olarak kalmak istemesi anlamına gelmektedir. Örgütsel davranış alanında önemli bir konu, yöneticilere çalışanlarını nasıl motive edeceklerinin öğretilmesidir. Böylece örgüte ve

işverenlerine daha fazla bağlılık hissederler. Çalışan bağlılığı dolaylı olarak örgütün küresel rekabet sahnesinde kalmasına da etki edecektir. Yöneticilerin çalışanlarının bağlılığını artırabilmesinin bir yolu sosyal sorumluluktur.

Son zamanlarda, örgütsel bağlılık örgütsel davranışı anlama ve çalışanın işte kalma arzusunu tahmin etmede önemli bir faktör olarak görülmektedir. Örgütlerde sadece işini iyi yapan yetenekli çalışanlara sahip olmak yeterli değildir. Ayrıca kuruluşun fayda sağlayabilmesi için bu çalışanlara uzun süre örgütte bağlı tutabilmek de önemlidir. Bunun önemli kısa bir senaryo ile göstermek mümkündür. Bir işveren olduğunuzu düşünün, yeni mezun bir genci işe aldınız ve ona ilgili tüm süreçleri işin gerektirdiği tüm eğitimleri verdirdiniz. İşe aldığınız gençle akıl hocalığı yaptınız tüm incelikleri öğrettiniz sonra tam çalışandan maksimum verimi alacağınız sırada rakip bir firmadan teklif alıyor ve ayrılıyor. Bu senaryoda da görüldüğü gibi memnuniyet gibi bağlılık da yer değiştirme ve devamsızlık gibi önemli davranışları etkileyen birbiriyle yakından ilişkili iki tutumdur. Bağlılığın birçok olumlu sonucu da olabilir. Bağlılık fikri, yönetim literatüründe merkezi bir temadır. Özellikle örgütler dezavantajların üstesinden gelmek için, çalışanlarında memnuniyet ve aidiyet yaratmak için sosyal sorumluluğu kullanmaktadır. Örgüte karşı olumlu tutumlar oluşturmak, örgütsel hedeflerin ve değerlerin kabulüne yol açar ve insanların örgüt için maksimum güçlerini kullanmalarına izin verir. Birlikte ele alındığında bunlar, örgüt çalışma ortamını iyileştirme, kişiler arası stresi azaltma, sosyal refah ve sağlık programları sağlama ve güvenlik gibi bir dizi sosyal eylem gerçekleştirdiğinde gerçekleştirilebilir (AL-Awawdeh vı Alshbiel, 2011). Sonuç olarak, birçok araştırmacı örgütsel bağlılığı artırmada sosyal sorumluluğun önemini vurgulamıştır (Caroll, 1991).

Bu çalışmanın özgün değeri bahsi geçen örgütsel sosyal sorumluluk ve örgütsel bağlılık literatürünü Afganistan'daki bir kamu kurumu olan Kabil'deki Çevre Koruma Merkez Ofisi'nde uygulayacak olmasıdır. Bu örgüt Afganistan'da sosyal sorumluluk alanında faaliyet gösteren önemli devlet örgütlerinden biridir. Bu örgütün en önemli görevleri şu şekilde sıralanabilir: Afganistanın doğal ekosistemlerini korumak, çevrenin tahribatını ve kirlenmesini önlemek ve çevresel kaynakların kullanımını sürekli izlemektir. Bu çalışmanın temel amacı, örgütsel sosyal sorumluluk ile çalışan bağlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemek ve incelemektir. Dolayısıyla, çalışan bağlılığını

artırmanın veya azaltmanın örgütün sosyal sorumluluğu üzerinde bir etkisi olup olmadığı incelenecektir.

Bu araştırmanın izlediği diğer hedefler aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- Sosyal sorumluluk kavramını tanımlamak
- Sosyal sorumluluğun boyutlarını ve bileşenlerini belirlemek
- İncelenen örgütlerde sosyal sorumluluğu teşvik etmek için uygun stratejiler belirlemek
- Çalışan bağlılığının ekonomik sorumluluk üzerindeki etkisini araştırmak
- Çalışan bağlılığının yasal sorumluluk üzerindeki etkisini araştırmak
- Çalışan bağlılığının ulusal sorumluluk üzerindeki etkisini araştırmak
- Çalışan bağlılığının etik sorumluluk üzerindeki etkisini araştırmak

Bu çalışmanın önemi örgüt ve yönetim literatürü için önemli olan örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyal sorumluluk kavramlarını Afganistan’da kamu yönetimine uygulayan sınırlı sayıda çalışmadan biridir. Örgütsel bağlılık ve sadakat, özel sektör kuruluşlarında olduğu kadar, kamu kurumları açısından da önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışanların görevlerine ve sosyal sorumluluklarına karşı dikkat ve bağlılık eksikliği, birçok hükümetin ve hatta sivil toplum kuruluşlarının şirketlerin sorumlulukları ve yükümlülükleri hakkında politikalar belirlemesine veya talep etmesine neden olmuştur. Örgütlerin topluma ve genel halka karşı sorumluluğunun hizmet ve mal sağlamanın ötesine geçtiği dikkat çekmektedir. Şirketler, toplumun sorunlarının kendi sorunlarının bir parçası olduğu sorumluluğunu hissetmeli ve bunları çözmek için çalışmalı, mali ve insan kaynaklarının bir kısmını bu şekilde kullanmalıdır. Şirketler sosyal hedeflerine dikkat etmezler ve işletme maliyetleri, çevre kirliliği, yoksulluk ve hastalık, ayrımcılık ve düzensizliklerini araştırmaya devam ederse, çevreye biraz öngörü ile bakmazlarsa bu sorunlar eninde sonunda gün yüzüne çıkacaktır. Bu konu, gelişmekte olan ülkelerdeki hükümetler ve politika yapıcılar tarafından daha ciddiye alınmalıdır. Çünkü birçok özel kurum ve hatta kamu kurumları ekonomik kalkınma bahanesiyle, geçiş döneminde bu konuları önemsiz görmekte ve bu konuların ele alınmasını geçiş dönemi ve ekonomik kalkınma sonrasına ertelemektedir. Günümüzde bu konudaki farkındalığın artması ile birlikte birçok örgüt, sosyal sorumluluğun doğrudan ekonomik değerinin giderek daha fazla

farkına varmış ve bunu temel iş stratejileri ve yönetim faaliyetleriyle stratejik bir yatırım olarak entegre ederek, toplulukları ve çevreleri üzerinde olumlu bir etki yaratabilmiş ve güvenilirliklerini güçlendirmiştir. Bu yöntemi izleyerek sadece bugün için kar elde etmekle kalmamakta aynı zamanda gelecekteki konumlarını da sürdürülebilir kılmaktadırlar.

Sosyal sorumluluğun örgütler için faydaları arasında; ticari değerini artırması, marka değerini yükseltmesi, daha sağlıklı ve daha güvenli bir iş gücü sağlaması, istekli personel, müşteri sadakati, paydaşların güvenini artırmak ve kamu imajını güçlendirmek sayılabilir. Örgütün stratejik hedeflerine ulaşmasındaki faktörlerden biri çalışanların organizasyona bağlılığıdır. Çalışanların örgüte bağlılığı maddi olmayan varlıklar oluşturur, başka bir deyişle, çalışan bağlılığı bir amaç (bir araç değil) olarak kabul edilebilir. Daha yüksek düzeyde çalışan bağlılığına sahip bir örgüt, daha düşük düzeyde çalışan bağlılığına sahip bir örgütten daha iyi bir çalışma ortamı sunmaktadır. Çünkü bu tür bir çalışma ortamında çalışanlar birbirine daha fazla yardım eder, çalışanlar örgüte geldiklerinde daha mutlu olacak, daha fazla heyecan, coşku ve işbirliği yapacaktır.

Kamu kurumlarında da örgütsel bağlılığın sağlanması tıpkı özel sektör de olduğu gibi önem taşımaktadır. Zira kamu yararının sağlanması ve kamu da etik yönetimin gerçekleşmesi, kamu görevlilerinin görevlerini yerine getirirken gösterdikleri tutum ve davranışlardan doğrudan etkilenmektedir. Bu çalışmada örneklem olarak ele alınan Kabil Çevre Koruma Merkezi da Afganistan kamu yönetimi içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Kabil Çevre Örgütü'nde yürütülen bu çalışma, sosyal sorumluluk konuları ile en çok ilgilenen kuruluşlardan biridir. Bu çalışmanın temel amacı, çalışan bağlılığının Kabil Çevre Koruma Merkez Ofisi çalışanlarının sosyal sorumluluğu üzerindeki etkilerini analiz etmektir. Bu tez Taliban'ın Afganistan'da yönetimi ele geçirmesinden önce yapılmasından dolayı Taliban rejimi sonrası süreci kapsamamaktadır.

Bu araştırmanın ilk bölümde örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyal sorumluluk kavramları incelenerek literatür taraması, ikinci bölümünde Afganistan Kamu Yönetiminin genel görünümünde bahsettikten sonra Kabil Çevre Koruma Kurumu'nun görevleri ve faaliyetleri, üçüncü bölümde ise Kabil Çevre Koruma

Kurumu'mda bir alan araştırması yapılarak bu kurumda örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyal sorumluluk ilişkisi ortaya koymaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Örgütsel bağlılık, bir örgütte çalışmayı sürdürmek için istek, ihtiyaç ve zorunluluğu gösteren bir tutum ve zihinsel durumdur. Bu arada arzu, kişinin kalbinin örgütte hizmete devam etme arzusu, ihtiyaç ise kişinin örgüte yaptığı yatırımlardan dolayı örgütte hizmete devam etmek zorunda kalması anlamına gelmektedir. Mecburiyet de bir kişinin örgüt nezdinde sahip olduğu ve içinde kalmak zorunda hissettiği din, sorumluluk ve görev kavramıdır. Diğer bir bakış açısına göre örgütsel bağlılık, bir tür bağlılık ve örgüte ait olma duygusudur. Dolayısıyla örgütsel bağlılık, çalışanların örgüte bağlılığına ilişkin bir tutum olup, örgüt üyelerinin örgüte ilgi gösterdikleri, örgütün sürekli başarısı ve verimliliği ile devam eden bir süreçtir (Majidi, 2017, s. 32). Çalışanların örgütsel bağlılığının, örgütün performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olması ve örgütün verimliliğini artırması durumunda değerli olacağı açıktır. Bu bölümde örgütsel bağlılık ve örgütsel sosyal sorumluluk kavramları ve çeşitli boyutları ve bu kavramlara yönelik yapılan araştırmalar ele alınacaktır.

1.1. Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Örgütsel Bağlılığın Önemi

Örgütsel bağlılık ilk olarak 1956'da White tarafından incelenmiş ardından Becker, Kanter, Porter, Mowday, Steers, Allen ve Meyer gibi birçok araştırmacı bu kavramı farklı yönlerden geliştirmiştir. White'ın araştırmasından sonra örgütsel bağlılık üzerine birçok farklı çalışma yapılmıştır (Uçkun vd., 2013: 70). Ancak sosyal bilimlerde birçok kavram da olduğu gibi örgütsel bağlılığın tanımı ile ilgili de hala bir fikir birliği yoktur. Bunun nedeni ise, sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji ve örgütsel davranış gibi farklı alanlarda çalışan araştırmacıların uzmanlık alanlarına göre bir tanım yaparak kavramın farklı yönlerine vurgu yapmasıdır. Bu nedenle literatürde çok farklı örgütsel bağlılık tanımına rastlamak mümkündür (Bayram, 2005: 59). Sözlük tanımıyla örgütsel bağlılık, bireyin örgüte karşı olan psikolojik bağlılığıdır (Türkmen ve Demir, 2014:50). Bir başka tanıma göre örgütsel bağlılık, örgütün amaç ve ilkelerinin çalışanlar tarafından kabul edilmesidir. Örgütü ve çıkarlarını ölçmenin ölçütü, örgütün bir parçasını kabul etmek ve örgütte çalışmayı istemektir (Demir ve Öztürk, 2011: 23). Moody, Porter ve Steers'a (1979: 498) göre örgütsel bağlılık, örgütün değerlerine yüksek düzeyde inanç ve kabul, örgütsel hedefler için çok çalışmaya istekli ve örgütte kalmak ve örgütün üyesi olmaya devam etmek için

duydıkları güçlü istektir. Allen ve Mayer'e (1990) göre örgütsel bağlılık: "Adanmış biri, ne olursa olsun ve düzenli olarak örgütte kalır. Bu böyle devam eder, tam bir iş günü ve daha fazlasını kullanır, şirketin yatırımlarını korur" (akt. Yalçın ve İplik, 2005: 397). Ayrıca, örgütsel bağlılık, çalışanın hiçbir baskı altında kalmadan örgütün amaç ve ilkelerine doğrudan sadık kalmasıdır (Demirel, 2009: 115). Örgütsel bağlılık, birçok olumlu tutum ve davranışın ortaya çıkmasını sağlayan bir kavramdır (Erkman ve Şahinoğlu, 2012: 273). Örgütsel bağlılık kısaca, çalışanların örgütlerine karşı hissettikleri bağlılık veya sadakat düzeyini göstermektedir. Çalışanların kendilerini örgütlerinin amaç ve değerlerine ne ölçüde adadıkları, çaba sarf etmeye ve örgütte kalmaya istekli olduklarını ifade etmektedir.

Örgütsel bağlılık, bireyin bir örgüte duygusal bağlılığı ve sadakatine atıfta bulunan örgütsel davranışta önemli bir kavramdır. Bu kavram, son birkaç on yılda, araştırmacıların örgütsel bağlılığın öncüllerini, bağıntılarını ve sonuçlarını araştırmasıyla kapsamlı bir şekilde incelenmiştir.

Örgütsel bağlılığın en etkili modellerinden biri, Meyer ve Allen (1991) tarafından önerilen üç bileşenli modeldir. Bu model, örgütsel bağlılığın üç bileşeni olduğunu varsayar: duygusal, devamlılık ve normatif. Duygusal bağlılık, bir çalışanın örgütüne olan duygusal bağlılığını ifade ederken, devam bağlılığı, bir çalışanın örgütten ayrılmanın algılanan maliyetini ifade etmektedir. Normatif bağlılık, bir çalışanın örgütte kalma zorunluluğu hissidir. Araştırmalar, örgütsel bağlılığın bu bileşenlerinin iş tatmini, işten ayrılma niyeti ve iş performansı gibi farklı sonuçlarla ilişkili olduğunu göstermiştir (Allen ve Meyer, 1990;).

Örgütsel bağlılık konusunda ilk çalışmalar örgütsel bağlılıkla olumlu bir şekilde ilişkili olduğu bulunan iş tatmini konusunda olmuştur (Rhoades ve Eisenberger, 2002).

Örgütsel bağlılığın iş performansı (Meyer ve diğerleri, 2002) ve örgütsel vatandaşlık davranışı (Podsakoff vd., 2000) ile de pozitif ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Örgütsel bağlılıkla ilgili mevcut kaynaklar bu kavram hakkında iki genel görüş sunmaktadır: İlkine göre örgütsel bağlılık, tutumsal veya duygusal bir meseledir. Bu bakış açısına göre örgütsel bağlılık, örgüte ve atamaya karşı güçlü bir bağlılık ve çalışan örgütle özdeşleşir. Bu durumda çalışan örgütün amaç ve değerlerini kabul

etmekte daha heveslidir, örgütün hedeflerine ulaşmak için çok çalışma eğilimi gösterir (Mowday, 2000, s. 3). İkinci bakış açısı ise örgütsel bağlılığı davranışsal bir konu olarak ele almaktadır. Bu bakış açısına göre insanlar sahip oldukları faydalar nedeniyle örgüte bağlanırlar ve örgüt üyeliğini sürdürürler (Mathieu ve Zajac, 1990, s. 172). Farklı iş gücü bağlamında örgütsel bağlılığın rolünü anlamaya da büyük ilgi vardır. Örneğin, araştırmalar örgütsel bağlılığın kadınlar ve erkekler için farklı bir rol oynayabileceğini göstermiştir; kadınlar daha yüksek düzeyde duygusal bağlılık bildirme eğilimindedir ve erkekler daha yüksek düzeyde normatif bağlılık bildirme eğilimindedir (Mathieu ve Zajac, 1990). Çalışmalar, kültürel farklılıklar bağlamında örgütsel bağlılığın rolünü de incelemiştir; araştırmalar kolektivist kültürlerin (Japonya gibi) daha yüksek düzeyde örgütsel bağlılık sergileme eğiliminde olduğunu göstermektedir (Mowday vd. 1982).

Örgütsel bağlılık, iş tatmini, iş performansı ve çalışanı elde tutma gibi bir dizi sonuçla ilgili olduğu için örgütsel davranış alanında önemli bir kavramdır. Örgütsel bağlılık, bireylerin bir organizasyona duyduğu duygusal bağ ve taahhüttür. Bu kavram, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını ve organizasyonlarına karşı olan taahhütlerini ifade etmektedir. Örgütsel bağlılık, birçok faktörden etkilenebilir ve çeşitli ilişkili kavramlar bulunmaktadır. İşte örgütsel bağlılık ile ilişkilendirilen bazı kavramlar:

İş Tatmini: Çalışanların işlerinden ne kadar memnun olduklarını ifade eden bir kavramdır. İş tatmininin yüksek olması, örgütsel bağlılığı artırabilir.

Motivasyon: Çalışanların işlerine karşı duydukları içsel motivasyonu ifade eder. Motive çalışanlar, genellikle daha bağlı ve taahhütlü olabilirler.

Liderlik Tarzı: Liderlerin takipçilere yaklaşımı ve etkileme şekli, örgütsel bağlılığı etkileyebilir. Destekleyici ve ilgili liderlik, bağlılığı artırabilir veya tam tersi baskıcı bir liderlik tarzı çalışanın bağlılığını olumsuz etkileyebilir.

İş Değerleri Uyum: Çalışanların bireysel değerleri ile organizasyonun değerleri arasındaki uyum, örgütsel bağlılığı etkileyebilir. Değerlerin örtüşmesi, bağlılığı artırabilir.

İş Güvencesi: Çalışanların işlerinin güvende olduğunu hissetmeleri, örgütsel bağlılığı artırabilir. İş güvencesinin düşük olması, bağlılığı olumsuz etkileyebilir.

İşten Ayrılma Niyeti: Çalışanların işten ayrılma niyeti, örgütsel bağlılık ile ilişkilidir. Daha düşük ayrılma niyeti genellikle daha yüksek bağlılıkla ilişkilendirilir.

Çalışma Ortamı ve İş Arkadaşları İlişkileri: Olumlu çalışma ortamı ve iyi iş arkadaşları ilişkileri, örgütsel bağlılığı destekleyebilir.

Ödüllendirme ve Tanıma: Çalışanların başarılarına yönelik ödüller ve tanıma, örgütsel bağlılığı artırabilir.

İşten Elde Edilen Değerler: Çalışanların işlerinden elde ettikleri maddi ve manevi değerler, örgütsel bağlılığı etkileyebilir.

İş Yükü ve Denge: Çalışanların iş yükünün yönetimi ve iş-yaşam dengesi, örgütsel bağlılığı etkileyen faktörlerdir.

Bu kavramlar, örgütsel bağlılığı etkileyebilen faktörlerden sadece birkaçıdır. Çalışanlar kuruluşlarına yüksek düzeyde bağlı olduklarında, örgütte kalma, iyi performans gösterme ve kuruluş için faydalı olan davranışlarda bulunma olasılıkları daha yüksektir. Bağlılığın önemi yazarlar tarafından şu şekilde vurgulanmıştır:

McGregor (1960) yöneticiler için en büyük zorluğu, örgütün ihtiyaçlarını, üyelerinin bireysel ihtiyaçlarıyla bütünleştirmek olduğuna inanmaktaydı.

Pascal ve Athos (1981) Japonya'nın başarısının nedenleri üzerine yaptıkları araştırmada, Japonların örgütlerde güçlü örgüt kültürleri yarattığını ortaya koymuştur.

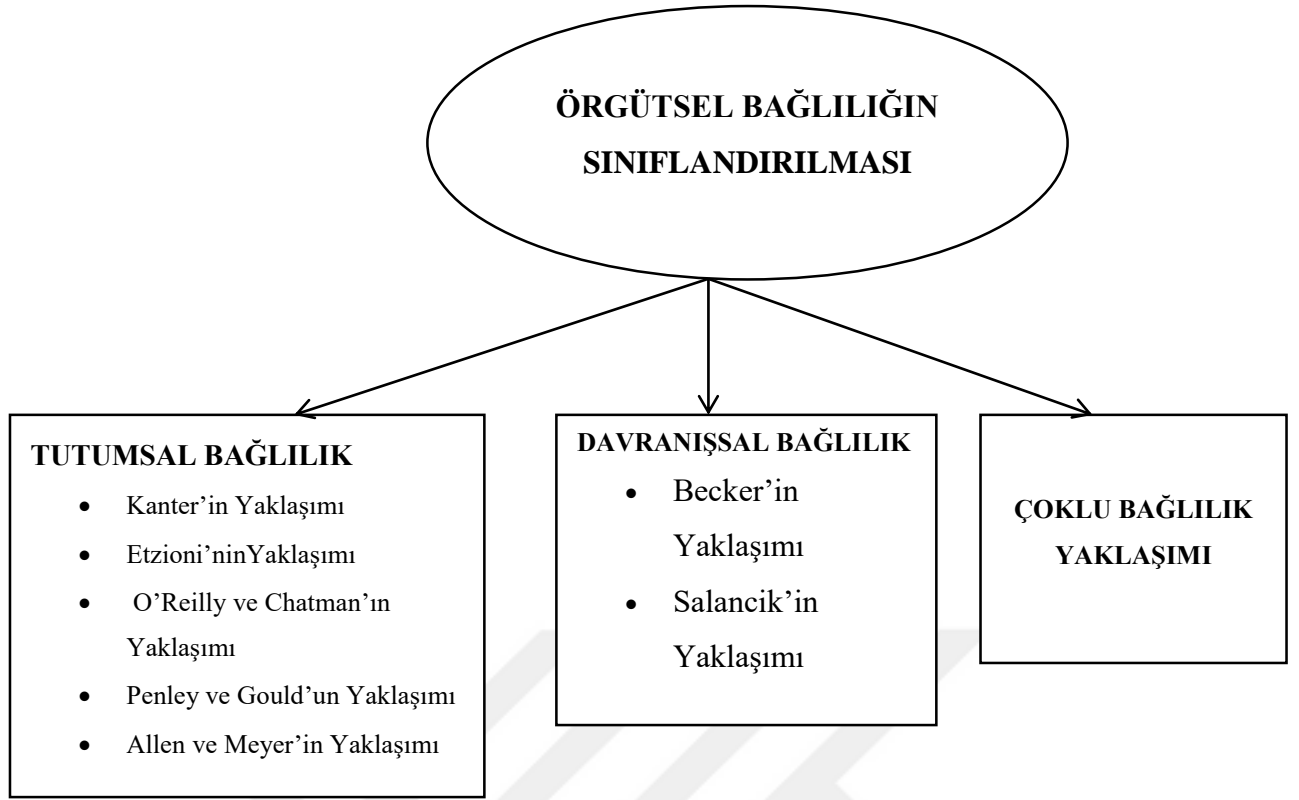
Peters ve Austin (1985) ise kuruluşlara şu tavsiyelerde bulunmaktadır: “İnsanlara güvenin ve onlara yetişkin gibi davranın, onları nesnel liderlik tarzı ve mitlerle motive edin”.

Walton (1985) ise bağlılık stratejisinin temelini, örgütün sahipleri, çalışanları, müşterileri ve kamu gibi birden çok paydaşının yasal iddialarını doğrulayan herhangi bir yönetim felsefesinin varlığı olmalıdır. Böyle bir felsefenin merkezinde, çalışanlarda bağlılık yaratmanın motivasyona ve performansın iyileştirilmesine yol açtığı inancı yer almaktadır (Rabi'i Mandjin, 1999, s. 47-48).

1.2. Örgütsel Bağlılığa İlişkin Yaklaşımlar

Örgütsel bağlılığın tanımları incelendiğinde, bağlılığın tutumsal ve davranışsal temellere dayandığı görülmektedir. Diğer bir deyişle, örgüt üyelerinin bağlılığının oluşmasının temel nedenlerinin altında yatan tutumsal ve davranışsal etkiler vardır. Örgütsel bağlılığın iki farklı şekilde sınıflandırılmasının altında yatan temel neden, örgütsel davranışçıların ve sosyal psikologların örgütsel bağlılığa farklı açılardan yaklaşımlarıdır. Örgütsel davranışçılar tutumsal bağlılığa odaklanırken, sosyo-psikologlar davranışsal bağlılığa odaklanmaktadır.

Örgütsel bağlılık literatüründe geçerli pek çok sınıflandırma olmasına rağmen Mowday vd. (1982) sınıflandırmaları tutumsal ve davranışsal olmak üzere iki yaklaşım altında birleştirmiştir (Mowday ve diğerleri, 1982; Reichers 1985; Salancik 1977; Scholl 1981; Staw 1977'dan akt. Sürücü ve Maşlakçı, 2018). Tutumsal yaklaşımda, araştırma büyük ölçüde bağlılığın gelişimine katkıda bulunan öncül koşulların ve bunun davranışsal sonuçlarının belirlenmesine odaklanmaktadır (Buchanan, 1974; Steers, 1977). Davranışsal yaklaşımda araştırmalar, öncelikle sergilenen bir davranışın tekrarlanmasını sağlayan koşulların belirlenmesine olduğu kadar, bu davranışın tutum değişikliği üzerindeki etkileri üzerine odaklanmıştır (Sürücü ve Maşlakçı, 2018: 52)



Şekil 1. Örgütsel Bağlılığın Sınıflandırılması

1.2.1. Tutumsal Yaklaşım

Birçok araştırmacı tutumsal bağlılıkla ilgilenerek farklı yaklaşımlar sunmuştur. Tutumsal bağlılık yaklaşımlarının en önemlisi Kanter, O'Reilly ve Chatman, Penley ve Gould ve Allen ve Meyer tarafından geliştirilen yaklaşımlardır. Tutumsal bağlılık, bireylerin bazı manevi ödül ve menfaatler karşılığı kendilerini kuruma bağladıkları bir alışveriş ilişkisidir (Mowday vd., 1979: 68). Tutumsal bağlılık yaklaşımlarında çalışanların kurumlarıyla olan ilişkilerine odaklanılmakta ve bu bağlılık türünde, çalışanın kendi değer ve hedeflerinin, kurumun değer ve hedefleriyle uyum göstermesine özen göstermektedir (Meyer ve Allen, 1991: 62).

1.2.1.1. Kanter'in Yaklaşımı

Kanter'e göre bağlılık, örgütsel gereklilikler ile kişisel deneyimin kesiştiği noktada ortaya çıkan bir düşüncedir. Kanter (1968), kurum tarafından üyelere empoze edilen davranışsal taleplerin farklı bağlılık türlerinin ortaya çıkmasına sebep olduğunu savunmuştur. Bu kapsamda kurumsal bağlılığa yönelik üç farklı sınıflandırmaya gitmiştir. Kanter'in bağlılık sınıflandırması "Devam Bağlılığı (continuance

commitment)”, “Kenetlenme Bağlılığı (cohesion commitment)” ve “Kontrol Bağlılığı (control commitment)” tasnifiyle ifade edilmiştir (Kanter, 1968: 500).

Kanter'in örgütsel bağlılığa yaklaşımı, bağlılığın örgüte kenetlenme duygusundan kaynaklandığı fikrine dayanmaktadır. Kanter'e göre kenetlenmenin üç bileşeni vardır:

- a. Bağlantılar: Bir bireyin kuruluş içindeki iş arkadaşları, amirler ve astlar gibi diğer kişi veya gruplarla ne ölçüde bağlantılı olduğu da önemli bileşenlerden biridir. Güçlü bağlar ve özdeşleşme duygusunu artırır ve ayrılma olasılığını azaltmaktadır.
- b. Uyum: Bir bireyin değerlerinin, tutumlarının ve kişiliğinin örgütün kültürü, normları ve hedefleri ile ne ölçüde uyumlu olduğu ile ilgilidir. Çalışanlar arasında iyi bir uyum olduğunda, çalışanların işlerinde daha rahat hissetmeleri ve örgüte daha fazla bağlılık duymaları muhtemeldir. Kanter bunu “communion” yani Komünyon süreci olarak nitelendirmektedir. Bir bütünün parçası olmak, benliğin grupla karışması ve kollektif bütünün tüm üyeleriyle özdeşleşebilmek için ayrılıktan vazgeçmek olarak tanımlamaktadır (Kanter, 1968: 509).
- c. Fedakarlık: Fedakarlık süreci, üyelerden üyelik bedeli olarak bir şeylerden vazgeçmelerini ister. Üyeler "fedakarlıklar" yapmayı kabul ettiklerinde, katılımcı olarak kalma motivasyonları artacaktır. Bir bireyin kuruluşa ne ölçüde zaman, çaba ve kaynak harcadığı ve ayrılmayla ilgili maliyetler fedakarlığı artırır çünkü ayrılmak daha büyük kayıplara yol açacaktır (Kanter, 1968: 505).

Kanter, bağlılığın bu üç bileşenin birleşiminden ortaya çıktığını ve örgütlerin çalışanlar arasında bir bütünlük duygusu yaratarak bağlılığı geliştirebileceğini savunmuştur. Kanter'in yaklaşımı, çalışanların bağlılığı ve elde tutulmasında sosyal ve psikolojik faktörlerin önemini vurgulamaktadır.

1.2.1.2. Etzioni'nin Yaklaşımı

Örgütsel bağlılık konusunda sınıflandırma yapan araştırmacıların başında Amitai Etzioni gelmektedir. Etzioni örgütün üyeleri üzerindeki gücü veya yetkisi, üyenin kuruluşa yakınlığı nedeniyle olduğunu savunmuştur. Örgütsel bağlılık, üyelerin örgüte bağlılığı yakınsamaları açısından üçe ayırır.

Ahlaki yakınlaşma veya başka bir deyişle ahlaki bağlılık (Balay, 2000: 16) örgütün amaçları, değerlerin ve normların içselleştirilmesi ve otorite ile özdeşleşmeye dayalı olarak kuruluşa olumlu ve olumlu yoğun bir yönelimdir (Varoğlu, 1993: 4). Öyleyse ahlaki yakınsama standartları ve değerleri içselleştirilmiş ve örgütsel bağlılık görecelidir (Newton ve Shore, 1992: 277; Morrow, 1983: 491). Ahlaki bağlılığı olan bir kişi, örgütün amacına ve örgütteki işe ve işin gereklerine değer verir (Schein, 1978: 65-67). Etzioni'nin örgütsel bağlılık sınıflandırması, bağlılığın farklı biçimler alabileceği ve her biçimin örgütler içindeki davranış ve performans için farklı etkileri olduğu fikrine dayanmaktadır. Etzioni (1975: 260) üç tür bağlılık tanımlamıştır: Hesaplayıcı, Normatif ve Duygusal Bağlılık.

Hesaplayıcı bağlılık: Bu tür bağlılık, birey ile örgüt arasındaki ilişkinin maliyet-fayda analizine dayanmaktadır. Hesaplayıcı bağlılığa sahip çalışanlar, öncelikle ücret, yan haklar ve kariyer fırsatları gibi örgütten alabilecekleri şeyler tarafından motive edilirler. Dolayısıyla kendilerini örgütün amaç ve değerleriyle özdeşleştirme olasılıkları daha düşüktür bu nedenle başka bir yerde daha iyi bir anlaşma bulurlarsa ayrılma olasılıkları daha yüksektir.

Normatif bağlılık: Bu tür bağlılık, örgüte bağlılık veya yükümlülük duygusuna dayanmaktadır. Normatif bağlılığa sahip çalışanlar, en iyi anlaşmayı almasalar bile örgütte kalma konusunda ahlaki veya etik bir sorumluluk hissederler. Kurumun amaç ve değerleriyle güçlü bir şekilde özdeşleşirler ve örgütü desteklemek için iş tanımlarının ötesine geçme olasılıkları daha yüksektir.

Duygusal bağlılık: Bu tür bağlılık, örgütle duygusal bir bağa veya özdeşleşmeye dayanmaktadır. Duygusal bağlılığa sahip bireyler, örgüte aidiyet ve sadakat duygusu hissederler ve örgütün başarısına katkıda bulunma arzusuyla motive olurlar. Başka bir yerde daha iyi bir anlaşma teklif edilse bile ayrılma olasılıkları daha düşüktür.

Etzioni, bu üç tür bağlılığın birbirini dışlamadığını ve bireylerin kariyerlerinin farklı zamanlarında her tür bağlılığın farklı düzeylerine sahip olabileceğini savunmaktadır.

1.2.1.3. O'Reilly ve Chatman'ın Yaklaşımı

O'Reilly ve Chatman'ın 1986 yılında yayınladıkları "Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification, and Internalization on Prosocial Behavior" başlıklı makalede, kişinin bağlanmasının doğasının değişebileceğini ve bu varyasyonların önemli örgütsel tutum ve davranışlarla farklı şekillerde ilişkilendirilebileceğini göstermektedirler. O'Reilly ve Chatman'ın yaklaşımına göre kişinin bir örgüte psikolojik bağlılığının temeli üç bağımsız temele dayandırılabilir: (a) belirli, dışsal ödüller için itaat veya araçsal bağlılık; (b) bir yakınlık arzusuna dayalı olarak özdeşleşme veya dahil olma; ve (c) bireysel ve kurumsal değerler arasındaki uyuma dayanan içselleştirme veya katılım (O'Reilly ve Chatman, 1986: 493).

Onlara göre kişinin bağlılığının temelini, gönüllü katılım ve işin dar anlamda gerektirdiğinin ötesindeki katkılar gibi katılımın olumlu tezahürlerinin yanı sıra örgütten ayrılma eğiliminin azalmasıyla ilgili olabileceğini savunmaktadırlar (O'Reilly ve Chatman, 1986: 498).

O'Reilly ve Chatman' göre duygusal bağlılığın üç temeli vardır (O'Reilly ve Chatman, 1986: 493):

1. İçselleştirme (Internalization): İçselleştirme, teşvik edilen tutum ve davranışların kişinin kendi değerleriyle uyumlu olması halinde gerçekleşir. Diğer bir ifadeyle bireyin ve grubun değerleri veya organizasyon değerleri örtüşür. Bu nedenle, kişinin bir örgüte psikolojik bağlılığının temeli üç şeye dayandırılabilir: (a) belirli, dışsal ödüller için uyum veya araçsal katılım; (b) kimlik veya bağlılık arzusuna dayalı katılım; ve (c) bireysel ve kurumsal değerler arasındaki uyuma dayanan içselleştirme veya katılım
2. Özdeşleşme (Identification): Özdeşleşme, bir birey tatmin edici bir ilişki kurmak veya sürdürmek için etkiyi kabul ettiğinde gerçekleşir; yani, bir birey

3. bir grubun parçası olmaktan gurur duyabilir, grubun değerlerine ve başarılarına kendisininmiş gibi benimseyerek saygı duyabilir.
4. Uyma (Compliance): Uyma davranışı tutum ve davranışlar ortak inançlar nedeniyle değil, sadece belirli ödüller kazanmak için benimsendiğinde ortaya çıkar.

1.2.1.4. Penley ve Gould'un Yaklaşımı

Penley ve Gould yaklaşımı, Etzioni'nin makro örgütsel katılım modelinin uyarlanmış bir versiyonudur. Penley ve Gould, örgütsel bağlılığın hem duygusal hem de araçsal perspektiflerinin tek bir modeli olarak ne ölçüde hizmet edebileceğini araştırmışlardır. Çalışmalarının sonucunda örgütsel bağlılığın çok boyutlu olduğu sonucuna varmışlardır. Penley ve Gould örgütsel bağlılığın üç boyutu olduğunu savunarak; ahlaki bağlılık, çıkarıcı bağlılık ve yabancılaştırıcı bağlılık kavramlarını ortaya koymuşlardır. Penley ve Gould (1988: 46-47):

- a. Ahlaki bağlılık, örgütsel bağlılığın iki etkili perspektifinden birini temsil etmektedir. Ahlaki bir bağlılık, örgütsel hedeflerin kabulü ve bunlarla özdeşleşmeyle karakterize edilebilir. Bir tür örgütsel kimlik olarak düşünülebilir.
- b. Çıkarıcı bağlılık: Çıkarıcı bağlılık bir değiş tokuşa dayalı uyumluluk sistemlerinin tipik bir örneğidir. Çıkarıcı bağlılık, örgütsel bağlılığın duygusal bir biçimiyle daha yakından ilişkilendirilebilir. Örneğin, örgüt üyeliğini kaybetme isteği, örgüte yönelik öfkenin (olumsuz duygulanım) sonucu olabilir.
- c. Yabancılaştırıcı bağlılık: Ahlaki bağlılık gibi, yabancılaştırıcı bağlılık da örgüte duygusal bir bağlılığı temsil eder. Bir çalışanın bir örgüte bağlılığının (1) iç örgütsel çevre üzerindeki kontrol eksikliğinin ve (2) örgütsel bağlılık için alternatiflerin yokluğunun algılanmasının bir sonucu olduğu durumlarda yabancılaştırıcı bağlılıktan söz edilebilir.

1.2.1.5. Allen ve Meyer'in Yaklaşımı

Allen ve Meyer'in (1990) Yaklaşımı'nda bütünleştiren üç bileşenli bir bağlılık modeli sunulmuştur. Model tarafından önerilen örgütsel bağlılığın duygusal bileşeni,

(affective), çalışanların örgüte duygusal bağlılığı, özdeşleşmesi ve katılımı anlamına gelmektedir. Duygusal bağlılık: bireyin örgütle özdeşleştiği, örgüte dahil olduğu ve örgüt üyeliğinden hoşlandığı şekilde örgüte duygusal veya duygusal bir bağlılıktır.

Devam bileşeni (continuance), çalışanların örgütten ayrılmayla ilişkilendirdiği maliyetlere dayalı bağlılığı ifade etmektedir. Devamlılık bağlılığı örgütten ayrılmamanın getireceği maliyetlerin farkında olma anlamına gelmektedir.

Son olarak, normatif bileşen (normative), çalışanların örgütte kalma zorunluluğu duygularını ifade etmektedir. Normatif bağlılık çalışanın örgütüne bağlılık göstermesini bir görev olarak algılamasıdır. Çalışanların örgütte kalma ile ilgili yükümlülük duygularını yansıtmaktadır.

Meyer ve Allen'in (1990: 3) yaklaşımı ile "duygusal", "devam" ve "normatif" bağlılıkta, çalışan ile örgüt arasında işten ayrılma olasılığını azalmaktadır ancak bunun nedeni farklılık göstermektedir. Güçlü duygusal bağlılığa sahip çalışanlar *istedikleri* için, güçlü devam bağlılığına sahip çalışanlar *ihtiyaç* duydukları için ve güçlü normatif bağlılığa sahip çalışanlar *bunu yapmaları gerektiğini düşündükleri* için şirkette kalırlar.

1.2.2. Davranışsal Bağlılık

Örgütsel davranış araştırmacılarının aksine, sosyal psikologlar davranışsal bağlılık kavramını kullanmıştır. Bu kavram, taahhüt ifadesi veya normatif beklentileri aşan davranışlar olarak değerlendirilebilir. Davranışsal bağlılık, kişinin geçmiş davranışları nedeniyle örgüte bağlı kalma süreciyle ilgilidir (Mowday ve diğerleri, 1982: 25'den aktaran Gül, 2002: 47). İşte organizasyon için örgütte kalmanın, örgütte kalmaya niyetlenmenin ne anlama geldiği, örgütten ayrılmamak ve devamsızlık yapmamak gibi davranışlardır.

Davranışsal bağlılık, bireylerin geçmiş deneyimleri ve örgüte uyum sağlama durumlarına göre örgütlerine bağlı hale gelme süreci ile ilgilidir. Davranışsal bağlılık, bireylerin belli bir örgütte çok uzun süre kalmaları sorunu ve bu sorunla nasıl başa çıktıklarıyla ilgili bir kavramdır. Davranışsal bağlılık, örgütten daha çok bireysel davranışlarına yönelik olarak gelişmektedir. Örneğin birey bir davranışta bulunduktan sonra bazı etmenler nedeniyle davranışını sürdürmekte ve bir süre sonra sürdürdüğü

bu davranışa bağlanmaktadır. Zaman geçtikçe söz konusu davranışa uygun veya onu haklı gösteren tutumlar geliştirmekte, bu da davranışın tekrarlanma olasılığını yükseltmektedir (Bayram, 2005: 129) .

Davranışsal bağlılıkla ilgili yaklaşımlar sosyal psikologların çalışmalarına dayanmaktadır. Belli bir örgüte katılmak için kişinin özveride bulunması gereği, örgüte bağlılığın başlangıç noktası olarak ele alınmıştır. Bunun yaygın biçimi üyeliğe kabul törenleridir. Çeşitli sosyal kulüpler, askeri kurumlar ve dini tarikatlarda üyeliğe kabul törenleri yoğun olarak kullanılmaktadır. Davranışsal bağlılık, örgütten ziyade kişinin kendi davranışlarına karşı gelişir. Kişi belirli bir davranışı gerçekleştirdikten sonra davranışına devam eder. Bir şekilde gösterdikten sonra ona yakışıyor ya da onu haklı çıkaran tutumlar. Bu tutumlar da davranışın tekrarlanma olasılığını artırmaktadır. Literatürde davranışsal bağlılık üzerine Becker'in Yan Bahis Yaklaşımı ve Salancık'ın yaklaşımları vardır. Aşağıda bu ikisi yaklaşımı ayrıntılı olarak ele alınacaktır (Gül, 2002: 47-48).

1.2.2.1. Becker'in Yan Bahis Yaklaşımı

Becker (1960:33) bireylerin ve grupların belirli davranış türlerini açıklamak için bağımsız bir değişken olarak kullanırlar. Bunların yanı sıra birçok başka değişken de söz konusudur güç, din, mesleki işe alma, bürokratik davranış, politik davranış vb. Becker bağlılığı, çalışanın yaptığı yan bahislerden dolayı tutarlı davranışlar dizisi sergileme eğilimi içerisinde olması olarak tanımlamaktadır. Becker'in (1960:33) yaklaşımına göre çalıştığı örgüte duygusal olarak bağlılık hissetmemekte, bağlanmadığı takdirde kaybedeceklerini düşündüğü için bağlanmakta ve örgütte çalışmaya devam etmektedir.

Örgütsel bağlılık kavramıyla ilgili ilk araştırmalar Howard Becker'e dayanmaktadır. Becker'in yan bahisler yaklaşımı, bireylerin elde ettikleri ödüller, harcadıkları zaman ve çaba gibi yatırımlar aracılığı ile örgüte bağlandıklarını ortaya koymuştur. Becker; bir kurum, faaliyet ya da kişiye bağlı olan bireylerin, anılan örgüt, faaliyet ya da kişiyle özdeşleşen tutumlar sergilediklerini belirtmiş, değişiklik yapmanın bedeli sebebiyle imkânsız olduğunu vurgulamış ve bağlılık kavramına, bilinçli bir taraf tutma davranışı şeklinde yaklaşmıştır. Genel bakışın tersine bağlılık konusuna farklı bir açıdan değinen Becker'e göre bu yan bahisleri oluşturan çeşitli sebepler mevcuttur. Bunlar: Toplumsal beklentiler, bürokratik düzenlemeler, sosyal

pozisyona uyum, kendini ifade sorunu, iş dışı endişelerdir (Aksoy ve Yılmaz, 2016: 74). Toplumsal beklentiler yan bahisleri oluşturan nedenlerden biridir. Kişi ait olduğu toplumun beklentilerinin sosyal ve manevi yaptırımları nedeniyle davranışlarını sınırlayan bazı yan bahislere girebilir. Yan bahislerin ikinci kaynağı, bürokratik düzenlemelerdir. Örneğin, kişinin emeklilik aylığı için her ay aylığından belli bir miktar kesinti yapılan bir emekli aylığı ile ilgili bu bürokratik düzenleme kişiyi bir yan bahse sokabilir çünkü örgütten ayrıldığı takdirde yıllardır aylığından kesilen ve hakkı olan bu parayı kaybedecek, emekli aylığı alamayacaktır (Gül, 2002: 48). Davranışı sınırlayan yan bahislerden biri de sosyal pozisyona uyumdur. Bir kişi, bir sosyal konumun gerekliliklerine uyma sürecinde faaliyet kalıplarını o kadar değiştirebilir ki, erişebileceği diğer konumlara kendini uygun hale getiremez (Becker, 1960: 38).

1.2.2.2. Salancik'in Yaklaşımı

Tutum ve davranışlar arasındaki uyumsuzluğun örgüt üyesinde gerilim ve stres oluşturduğunu vurgulayan Salancik (1977), örgüt üyesinin her davranışının bağlılığı oluşturmadığını, bağlılığın oluşması için davranışın isteye bağlı olması, tekrarlanması ve örgüt tarafından görünür olması gerektiğini belirtmiştir. Örgüt üyesinin davranışlarına bağlılık derecesi ise bu üç özelliğe göre değişmektedir. Buradan hareketle gönüllü olarak yapılan, herkes tarafından görünen ve içselleştirilmiş davranışlara sahip olan üyelerin örgütlerine daha bağlı olduğu söylenebilir. Çünkü örgüt üyesi sergilediği bu davranışlarının herkes tarafından arzulanan ve değerli davranışlar olduğuna inanmaktadır (Sürücü ve Maşlakçı, 2018: 59).

Salancik, örgütsel bağlılık oluşturan davranışların özelliğini dört kategoriye ayırmıştır. Bunlar; davranışın açıklığı, geri dönülemez oluşu, gönüllü yapılması ve herkes tarafından bilinmesi olarak ifade edilmektedir. Salancik, her davranışa aynı şekilde bağlanılamayacağını ve kişinin davranışının bazı özelliklerinin bu davranışa olan bağlılığını etkilediğini belirtmektedir. Bu etki, özellikle iş seçiminde görülmektedir. Kişinin çalıştığı iş ve dolayısıyla örgütü seçerken vermiş olduğu karar, yapmış olduğu seçime olan bağlılığını etkilemektedir. Davranış ne kadar açık ve kesinse, bu davranışa olan bağlılık da o kadar yüksek olacaktır (O'Reilly ve Caldwell, 1981'den aktaran, Kılıçaslan, 2010: 103).

1.2.3. Çoklu Bağlılık Yaklaşımı

Çoklu bağlılık yaklaşımı 1985 yılında Reichers tarafından geliştirilmiştir. Çoklu bağlılık yaklaşımı, örgüt içinde bulunan farklı unsurların, farklı düzeylerde bağlılık türlerinin ortaya çıkabilmesine sebep olabileceğini öngörmektedir. Örgütsel bağlılık hakkında sınıflandırmalar genellikle örgütün bütününe duyulduğu mantığına dayanmaktadır. Öte yandan, çoklu sadakat yaklaşımı, farklı unsurlar, farklı bağlılık seviyeleri türlerin ortaya çıkmasına diğer iki taahhüt türünden ayrı olarak neden olabilir (Balay, 2000: 24-26).

Reichers bağlılığın, özellikle çoklu odaklı bir yapı olarak yeniden kavramsallaştırılabileceği bir yol önermektedir. Reichers (1985) çalışmasında her biri belirli bir referansa sahip olan ve çalışanların örgütsel yaşamlarının günlük gerçeklerini yakalayan bir şekilde örgütsel taahhütler için bir durum ortaya koymuştur. Reichers örgütsel bağlılığın, örgütü oluşturan çeşitli gruplara yönelik çoklu taahhütlerin bir toplamı olarak doğru bir şekilde anlaşılabilmesi savunmaktadır.

Çoklu bağlılık yaklaşımı kişilerin örgütlerine, mesleklerine, müşterilerine, yöneticilerine ve iş arkadaşlarına farklı bağlılık göstereceklerini kabul etmektedir. Bu nedenle çoklu bağlılık kaynaklarını belirlemek için bir örgütle ilgili çeşitli grupların belirlenmesi gerekmektedir. Çoklu bağlılığın kaynakları, çeşitli gruplar, iş görenler, müşteriler, yöneticiler, sendikalar ve genel anlamda kamuoyudur. Örgütlerin koalisyonlar ve taraflardan oluşan yapıları hakkında yapılan çalışmalar, yöneticilerin örgüt üyelerinin çoklu rol yönelişlerinin farkında olduklarını göstermektedir (Gül, 2002: 50).

Tutumsal ve davranışsal bağlılık yaklaşımlarından birinin diğerine üstünlüğü gibi bir durum yoktur. Ancak kronolojik olarak incelendiğinde tutumsal bağlılıkların davranışsal bağlılıkları içerisinde barındıracak şekilde geliştiği söylenebilir.

1.3. Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Faktörler

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde, örgütsel bağlılığa etki eden faktörlerin genellikle; bireysel özellikler, çalışma deneyimleri, iş özellikleri, rol özellikleri ve örgütsel özelliklerdir. Bireysel faktörler, demografik faktörler ile iş ve çalışma hayatına ilişkin faktörler olmak üzere iki alt başlıkta incelenmektedir. Demografik

faktörler, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, kıdem, bireyin psiko-sosyal özellikleri, başarı güdüsü, kontrol odağı, içsel motivasyon, çalışma değerleri, merkezi yaşam ilgisi gibi başlıklar altında incelenmektedir. İş ve çalışma hayatına ilişkin faktörler ise, başarı arzusu, katılımcı değerler ve çıkarıcı değerler olarak ifade edilmektedir. İş ve role ilişkin faktörler: İşin içeriği, iş kapsamı, rol çatışması ve rol belirsizliği alt faktörlerinden oluşmaktadır. Ayrıca, katılımcı yönetim, parasal ödüllendirme sistemleri, aşırı iş yükü, iş stresi, grup bilinci, yetkilendirme ve otonomi sistemleri, öğrenme fırsatı da bu faktörlere ilave edilebilir. İş deneyimi ve çalışma ortamına ilişkin faktörler: personel-yönetici arasındaki ilişkiler, örgütsel iklim, müşteri odaklı bir örgüt atmosferi, örgütün güvenilirlik düzeyi ve iş tatmini de bu faktör grupta değerlendirilmektedir. Örgüt yapısına ilişkin faktörler: Örgüt büyüklüğü, formalleşme derecesi, kontrol derecesi, sendikalaşma oranı, örgüt imajı, toplam kalite yönetimi uygulamaları, esnek çalışma saatleri, ücret sistemi ve kariyer imkanları örgütsel bağlılık üzerinde büyük etkiye sahiptir (Özdevecioğlu, 2003: 115-116).

Örgütsel açıdan örgütsel bağlılığı etkileyen bir diğer faktör de örgütün yapısıdır. Bireylerin kendi düşüncelerine yakın bir örgütte hayata bakış açısı örgüte ait olma duygusu örgütsel bağlılığı daha fazla pekiştirir ve devam etmesini sağlar. Küçük kuruluşlarda çalışanların organizasyonu bağlılıkları bazen daha fazla fark edilerek güçlü bağların oluşmasına neden olur. Ayrıca küçük örgütlerde çalışanların ilerlemesi veya gelişmesi Yükselmelerinin pek mümkün olmamasına bağlı olarak örgütsel bağlılıklar zayıflaya bilmektedir.

Örgütün yapısı dışında kimi araştırmacılar tarafından örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Bilgiç, 2017: 41-42) :

- İşin Niteliği ve Önemi
- Ücret Düzeyi
- Yönetim ve Liderlik
- Kurumsal Adalet ve Kültür
- Takım Çalışması
- Denetim (Nezaret)
- Kurumsal Ödüller
- Ait Olma İhtiyacı.

- Rol Belirsizliği ve atışması

Örgütsel bağlılık, bireyi etkileyen çıkarlara bireyin bağlanması, örgüt içerisinde örgütsel amaç ve çıkarların çalışanlar tarafından benimsenmedir. Dolayısıyla kişinin iş tatminin yüksek olması bireyin örgütsel bağlılığı ile doğru orantılıdır. Çalışanlar kuruluşlarına bağlı olduklarında, kuruluşta kalma ve daha iyi performans gösterme olasılıkları daha yüksektir, bu da kuruluş için daha iyi üretkenlik ve kârlılığa yol açmaktadır. Örgütsel bağlılığı etkileyen birkaç faktör vardır ve bu faktörleri anlamak, yöneticilere ve liderlere, çalışanlar arasında bağlılığı ve bağlılığı besleyen olumlu bir çalışma oluşturmada yardımcı olabilmektedir.

Liderlik tarzı: Liderlik ve yönetim uygulamaları, çalışanların örgütlerine bağlılıklarını şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır. Liderler, alışanlarının refahı için samimi bir ilgi gösterdiklerinde ve destekleyici bir çalışma ortamı sağladıklarında, çalışanların kendilerini kuruma bağlı ve değerli hissetmeleri daha olasıdır. Öte yandan, liderler net bir yönlendirme, destek ve tanınma sağlamada başarısız olduklarında, çalışanlar ilgisizleşebilir ve örgüte daha az bağlı olabilir.

Örgüt kültürü: Örgüt kültürü, bir örgütü tanımlayan paylaşılan değerler, inançlar ve davranışlar anlamına gelmektedir. Pozitif bir örgüt kültürü, aidiyet, amaç ve kimlik duygusu sağlayarak çalışanların bağlılığını artırabilir. Kurumun kültürüyle uyum içinde olduğunu hissedenden çalışanların, kuruma bağlı kalma ve başarısına katkıda bulunma olasılıkları daha yüksektir.

İş tatmini: İş tatmini, bir çalışanın içinde genel mutluluk ve tatmin duygusunu ifade etmektedir. Çalışanlar işlerinden memnun olduklarında, kuruluşlarına bağlılık duyma olasılıkları daha yüksektir. İş tatmini, ücret, yan haklar, iş-yaşam dengesi, iş güvenliği ve büyüme ve gelişme fırsatları dahil olmak üzere çeşitli faktörlerden etkilenebilir.

Etkili İletişim: Çalışanlar arasında güven, katılım ve bağlılık oluşturmak için esastır. Çalışanlar dinlendiklerini ve fikirlerinin önemli olduğunu hissettiklerinde, kendilerini kuruma bağlı hissetme olasılıkları daha yüksektir. Tersine, zayıf iletişim veya iletişim eksikliği yanlış anlaşılmalara, çatışmalara ve bağlılığın azalmasına yol açabilir.

Örgütsel Destek: Örgütsel destek, bir örgütün çalışanlarına sağladığı kaynakları ve desteği ifade etmektedir. Bu, eğitim ve gelişim fırsatlarını, esnek çalışma düzenlemelerini ve sağlık ve zindelik programlarına erişimi içerebilir. Çalışanlar, kuruluşlarının refahlarını ve kişisel gelişimlerini desteklediğini hissettiklerinde, kendilerini örgüte bağlı hissetme olasılıkları daha yüksektir.

İş ortamı: Çalışanların çalıştıkları fiziksel ve sosyal çevre de onların örgüte bağlılıklarını etkileyebilmektedir. İşbirliğini, ekip çalışmasını ve pozitif ilişkileri teşvik eden pozitif bir çalışma ortamı, çalışanlar arasında bağlılığı ve bağlılığı besleyebilir. Tersine, çatışma, stres ve zayıf ilişkiler ile karakterize edilen olumsuz bir çalışma ortamı, çalışanların bağlılığını azaltabilir.

İnce ve Gül (2005: 59) “Yönetimde yeni bir paradigma: Örgütsel bağlılık” başlıklı eserlerinde örgütsel bağlılığı etkileyen faktörleri şu şekilde sınıflandırmıştır: bireysel faktörler, örgütsel faktörler ve çevresel faktörler:

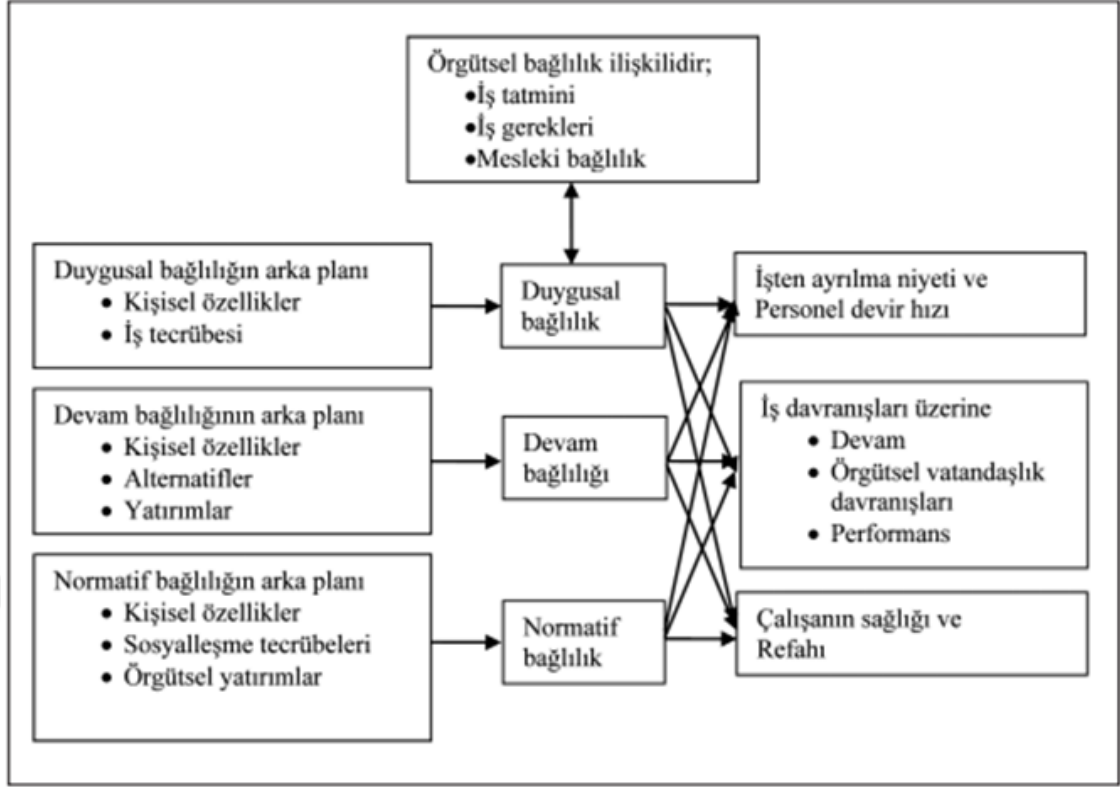
Bireysel faktörler: İş beklentileri, Psikolojik sözleşme, Kişisel özellikler (Cinsiyet, Yaş, Medeni Durum, Eğitim, Kıdem vb.)

Örgütsel faktörler: İşin niteliği ve önemi, yönetim, ücret düzeyi, örgüt kültürü, örgütsel adalet, örgütsel ödüller, takım çalışması, örgütün bulunduğu sektörün durumu, rol belirsizliği, kariyer imkânları, iş tatmini, personel devri

Çevresel faktörler: Yeni iş bulma olanakları, profesyonellik, işsizlik oranı, ülkenin sosyo-ekonomik durumu, sektörün durumu.

1.4. Örgütsel Bağlılığın Boyutları

İş görenin yapmış olduğu işe ya da işin belirli boyutlarına karşı tutumunu belirleyen iş doyumu ile işini gerçekleştirmiş olduğu işyerine bir bütün olarak gösterdiği bağlılığın düşük olmasının bireysel ve örgütsel bazı sonuçları olabilmektedir. Örgütsel bağlılık ile ilgili en önemli çalışmalar Allen ve Meyer tarafından yapılmıştır. Allen ve Meyer, örgütsel bağlılığı üç boyutta incelemiştir: Duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık.



Şekil 2. Örgütsel Bağlılığın Üç Parçalı Modeli

Kaynak: (Örücü ve Kışlalıoğlu, 2014, s. 48).

Meyer ve Allen bu üç boyutu aşağıdaki gibi özetlemektedirler (Meyer ve Allen, 1990: 3):

Duygusal Bağlılık: Duygusal bağlılık kişilik özellikleri ve işe ilişkin faktörlerle ilgili tutumsal bir olgudur ve örgütsel hedefleri destekleme yönünde çalışanların gönüllülüğü esasına dayanır. Duygusal bağlılığı yüksek olan bireyler “istedikleri için” örgütte kalırlar ve örgütün çıkarları için büyük çaba göstermeye istekli olurlar. Bu yüzden, örgütlerde gerçekleşmesi en çok arzu edilen ve çalışanlara aşılacak istenen bağlılık türüdür. İş deneyimleri ve bireysel özellikler duygusal bağlılık üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir (Uyguç ve Çımrın, 2004: 92).

Devam Bağlılığı: Devam bağlılığı ise, örgütte çalışanın yapmış olduğu kişisel yatırımlar nedeniyle bu örgütte kalma isteğinden kaynaklanmaktadır. Bu yatırımlar; mesai arkadaşlarıyla yakın sosyal ilişkiler, emeklilik hakları, kıdem, kariyer ve bir örgütte uzun yıllar çalışmaktan dolayı elde edilen özel yeteneklerdir. Devam bağlılığının ortaya çıkışıyla ilişkili düşünceler, duygusal bağlılığın gelişimiyle ilişkili

olanlardan farklıdır. Çalışanlar pek çok farklı biçimde örgüte yatırım yapabilirler. Çalışanın ailesiyle bir şehirden başka bir şehre taşınmak veya örgüte özel bazı becerilerin geliştirilmesi için zaman ayırmak yapılan yatırımlara örnek olabilir (Çakar ve Ceylan, 2005: 56).

Normatif Bağımlılık: Normatif bağımlılık kendini kuruma adanmayı ve sadakati teşvik eden bir kültür içinde sosyalleşme sağlaması nedeniyle, örgütlere bağlı ve sadık olma eğilimine vurgu yapar. Ayrıca normatif bağlılık örgütsel misyon, hedef, politika ve faaliyet tarzlarıyla tutarlı olan ve birey tarafından içselleştirilen inançları da kapsar. Normatif bağlılıkla söz konusu olan, bir örgüte bağlı olmanın uygunluğu hakkındaki inançtır. Aynı zamanda normatif bağlılığın örgütün çalışana yaptığı belirli yatırımlar temelinde geliştiği de öne sürülmektedir (Çakar ve Ceylan, 2005: 56).

Özetle tezin bu bölümünde örgütsel bağlılık kavramı, kurumlar için önemi ve örgüte bağlılığa ilişkin literatüre yer verilmiştir. Örgütsel bağlılık, örgütsel etkililiğin ve verimliliğin ne kadar etkin olduğunun bir göstergesi olabilmektedir. Örgütsel bağlılık, çalışanların sadece özel sektörde değil kamu sektöründe de daha etkin ve verimli çalışmasını sağlayabilecek kilit bir kavram olarak değerlendirilebilir. Zira çalışanların kurumdan beklentilerini anlama, onların kurumun değerlerini ve misyonunu benimsemesini de kolaylaştırabilir. Örgütsel bağlılık iki yönüyle önemlidir. Hem örgütlerin varlığını korumaları yönüyle hem de örgütlerin nihai hedefi olarak da örgütsel bağlılık öne çıkmaktadır. Çalıştığı kuruma sıkı bir biçimde bağlılık duyan (hangi gerekçelerle olursa olsun) personelin, örgütün amaçlarını ve değerlerini benimseyeceği beklenir. Aynı zamanda örgütsel bağlılık çalışanların motivasyonu ile de ilgili bir kavramdır. Çünkü örgütsel bağlılığı yüksek çalışanlar doğal olarak motivasyonu yüksek olduğundan, içgüdüsel olarak örgütün hedefleri doğrultusunda çalışmaya odaklıdır. Örneğin Çakar ve Ceylan'ın 2005 yılında "İş Motivasyonunun Çalışan Bağlılığı ve İşten Ayrılma Eğilimi Üzerindeki Etkileri" başlıklı makalede yayınladıkları araştırmada özel sektörden ve kamu sektöründen 84 çalışan ile görüşülmüştür. Çalışmanın sonucunda çalışanların kurumun değerlerine ve amaçlarına olan inancı ve bağlılığı arttıkça, örgütten ayrılmama konusunda hissettikleri ahlaki sorumluluk da güçlü bir biçimde arttığı tespit edilmiştir. Aynı çalışmada çalışanların işe katılım ve işe bağlılık düzeyleri yükseldikçe, örgüt amaçlarına ve değerlerine de bağlılıklarının arttığı görülmüştür. Dolayısıyla çalışanların işe bağlılık düzeyleri

arttıkça kendi içsel denetimleri dışarıdan denetlenmeden çok daha etkin olabilmektedir.

Bu bölümde ele alınan örgütsel bağlılık kavramı genel olarak bağlılığı tutumsal ve davranışsal bir temele dayandırılarak açıklanmaktadır. Davranışsal bağlılık, bireylerin geçmiş deneyimleri ve örgüte uyum sağlama durumlarına göre örgütlerine bağlı hale gelme sürecine odaklanırken tutumsal bağlılık, bireyin çalışma ortamını değerlendirmesi ve örgütsel değerleri benimseme derecesi sonucu oluşan tepkidir.

Bu bölümde ele alınan diğer önemli bir başlık örgütsel bağlılığı oluşturan duygusal, devamlı ve normatif bağlılık unsurlarıdır. Çünkü örgütsel bağlılık kendi içerisinde farklılık gösterebilmektedir. Örneğin duygusal bağlılıkta çalışanlar örgütlerinin değerlerini, hedeflerini ve amaçlarını benimsedikleri bağlılığı anlatmaktadır. Devamlı bağlılık, çalışanların örgütlerine yaptıkları katkı çerçevesinde gelişen bağlılıktır. Çalışan bir kuruma ne kadar çok zaman ve emek harcamışsa o kadar devamlı bağlılık unsuru oluşmaktadır. Normatif bağlılık ise kişinin örgütte çalışmayı kendisi için bir görev olarak görmesi biçiminde ortaya çıkan bağlılıktır. Çalışanlar, bir minnettarlık duygusu sonucu örgüte bağlılık duymaktadırlar.

Özetle tutumsal bağlılık ve davranışsal bağlılık, bir çalışanın örgütüne psikolojik bağlılığı ve katılımı anlamına gelen örgütsel bağlılığı anlamak için iki farklı yaklaşımdır. Bu yaklaşımlar, taahhüdün farklı yönlerini vurgular ve çalışan bağlılığı ve sadakati hakkında farklı yaklaşımlar sağlamaktadır. Bu iki yaklaşımı karşılaştırıldığında:

1. Tutumsal bağlılık, bir çalışanın örgütle olan duygusal bağlılığına ve özdeşleşmesine odaklanır. Bu yaklaşım, çalışanın örgüte karşı inançlarını, duygularını ve tutumlarını vurgular. Tutumsal bağlılık tipik olarak üç bileşene ayrılır:

A. Duygusal Bağlılık: Bu, bir çalışanın örgüte karşı duygusal bağlılığını ve olumlu duygularını temsil eder. Duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar, mecbur oldukları için değil, istedikleri için örgütte kalırlar.

B. Normatif Bağlılık: Normatif bağlılık, örgütte kalma zorunluluğu veya görevi duygusuna dayanır. Normatif bağlılığı yüksek olan çalışanlar, istemeseler bile kendilerini ahlaki olarak kalmaya mecbur hissederler.

C. Devam Bağlılığı: Bu bileşen, örgütten ayrılmayla ilgili algılanan maliyetlerle ilgilidir. Devam bağlılığı yüksek olan çalışanlar, işten ayrılmanın faydaların kaybı veya alternatif fırsatların olmaması gibi algılanan yüksek maliyetleri nedeniyle ihtiyaç duydukları için şirkette kalırlar.

2. Davranışsal bağlılık, bir çalışanın örgüte bağlılığını gösteren gözlemlenebilir eylem ve davranışlara odaklanır. Daha çok çalışanların örgütü desteklemek için ortaya koydukları gerçek çabalar ve eylemlerle ilgilidir. Bu yaklaşım, kararlı çalışanların davranışları aracılığıyla kuruluşun başarısına nasıl katkıda bulunduğunu vurgular.

Tablo. 1. Tutumsal Yaklaşım ve Davranışsal Yaklaşımın Karşılaştırılması

	<i>Tutumsal Yaklaşım</i>	<i>Davranışsal Yaklaşım</i>
<i>Odak noktaları</i>	Çalışanların duygusal ve psikolojik bağlılığını vurgular.	Davranışsal Bağlılık: çalışanların gözlemlenebilir davranış ve eylemlere odaklanır.
<i>Bileşenleri</i>	Her biri bağlılığın farklı bir yönünü yansıtan duygusal, normatif ve devamlılık bileşenlerini içermektedir.	Çalışanların kuruluşun hedeflerine katkıda bulunmak için harcadıkları eylem ve çabalar öne çıkarılır.
<i>Varsayımları</i>	Güçlü tutumsal bağlılık, daha yüksek iş tatminine, daha düşük işten ayrılma niyetine ve artan örgütsel vatandaşlık davranışlarına yol açabilir.	Yüksek düzeyde gözlemlenebilir bağlılık davranışları, gelişmiş iş performansı, artan çaba ve daha fazla örgütsel destek ile sonuçlanabilir.

Hem tutumsal hem de davranışsal bağlılık yaklaşımları, çalışan bağlılığının farklı yönlerine ilişkin değerli bilgiler sağlar. Tutum bağlılığı, bir çalışanın örgütte kalma isteğinin ardındaki duygusal bağı ve motivasyonları anlamaya yardımcı olur. Öte yandan, davranışsal bağlılık, bağlı çalışanların eylemleri aracılığıyla örgütün başarısına nasıl katkıda buldukları konusunda somut bir bakış açısı sunmaktadır.



İKİNCİ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL SORUMLULUK

Bu bölümde amaç, bağlılık ve örgütsel sosyal sorumluluk alanında yapılan araştırmaların literatürünü ve arka planını gözden geçirmektir. Sosyal sorumluluğun tanımları, uygulamaları ve farklı modelleri incelenmiş ve son olarak bu araştırma alanında yapılmış çalışmalara yer verilmiştir.

2.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi

Kavram olarak sorumluluk, belirlenen bir görevi yerine getirmek için o işi yapmakla mükellef olan bir yöneticinin uymak zorunda olduğu kurallar bütünüdür. Sosyal sorumluluk ise, karar verme sürecinde kişisel – kurumsal karar ve faaliyetlerin bütün sosyal sistem üzerinde yaratacağı etkileri değerlendirme zorunluluğudur (Özüpek, 2013: 18).

İş etiği alanında, sorumluluk türleri arasında ayırım yapmak için çok çaba sarf edilmiştir. Bu amaçla sorumluluk kavramına ilişkin net bir tutum oluşturulmadığı görülmektedir. Sorumluluk genellikle insanlar ve çevreleri arasındaki ilişkiyi şekillenmektedir. Sorumluluk alırken kişilerin yaptığı eylemlere karşı tutumları da eylemin bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Fisscher ve Nijhof, 2005; s157).

Bowens, hesap verebilir olmak için sorumlu hareket etme fırsatının olması gerektiğini iddia etmiştir. Sorumlu hareket etme özgürlüğü, hesap verebilirliğin genel bir ön koşulu olarak düşünülmektedir. Bu genel ön koşul, harekete geçme isteği, öngörme ve öngörme yeteneği, harekete geçme olasılığı ve bilinçli bir değerlendirme becerilerinin varlığı dahil olmak üzere farklı yönleri ile ele alınmaktadır (Bowen, 2013).

Tarihsel süreç içerisinde önceleri özel kuruluşlar yalnızca kar amacı güden, tek hedefi karını maksimize etmek isteyen örgütler olmuştur. Bu nedenle de bu kurumların çalışanlarının çalışma koşullarını ve toplumsal refaha dair bir endişeleri olmamıştır. Günümüzde ise işletmeler sadece teknik ve ekonomik kuruluşlar değil aynı zamanda sosyal kuruluşlardır. Toplumsal beklentilerin değişmesi ile birlikte özel sektör yeni bir kimlik kazanmıştır. Özel kuruluşların maliyetlerine ve fiyatlarına yansımayan, zaman zaman kendilerinin de daha kötü duruma gelmesinde etken oldukları ekonomik ve

sosyal yükleri, kamuoyu tarafından sıklıkla sorgulanmakta ve tepki çekmektedir (Özüpek, 2013: 15).

İşletmeler uzun bir süre sadece sahiplerinin ve hissedarlarının sermayesinin getirisini çoğaltan, kar amacıyla gelir elde eden kuruluşlar olarak görülmüştür. Günümüzde ise “temiz kuruluş”, ahlaklı kuruluş imajı veren kurumların çok kısa dönemde başarılı olabildikleri görülmüştür (Özüpek, 2013:16).

Bazı kuruluşlar sosyal sorumluluk kapsamında aşağıdaki maddeleri dikkate almaktadır: (Berkman, 2000: 5’den aktaran Özüpek, 2013:16);

- Çevreyi kirletmemekten öte çevreye saygı göstermek
- Canlılara zarar vermemek,
- Tüketicinin koşulsuz tatmini,
- Reklamlarda yanıltıcı olmamak, çocuklara yönelik reklam yapmamak,
- Aile hayatına saygılı olmak,
- Çalışanlarının sağlığı için çeşitli önlemler almak, örneğin sigara bırakmak kampanyaları,
- Cinsiyet ayrımcılığına karşı duyarlı olmak,
- Toplumsal sorunlara duyarlı ve çözümü için katkıda bulunmak,
- Kültür ve sanat faaliyetlerini destekleyerek toplumsal yaşamı zenginleştirmek

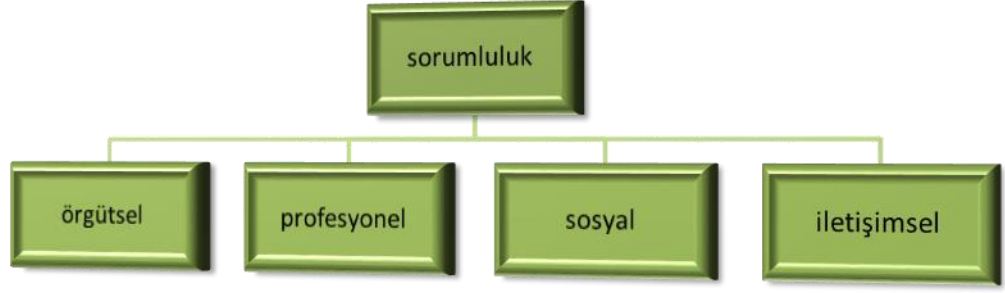
Örgütlerin sürdürülebilir ekonomik gelişme sağlayabilmek için yaşadıkları ve etkin oldukları topluma ilişkin duyarlı olmaları beklenmektedir. BM gibi ulus üstü kuruluşlar sosyal sorumluluk kavramına değişen şartlarla birlikte daha fazla önem vermeye başlamış ve bunları üç ana tema üzerinde yapmaktadır (Kokmaz, 2009: 25):

1. Her şeyden önce işletmelerin ticari faaliyetlerini yürütürken kanuna, ahlak standartlarına, insan haklarına tam anlamıyla uyumlu davranmaları ve faaliyetlerinin dünyanın her yerinde çevreye verebileceği zararı en aza indirmek durumunda olduklarını kabul etmeleri ve buna uygun davranmaları gerekmektedir.

2. Kurumların faaliyetleri sadece kurum içini değil aynı zamanda piyasayı, tedarik piyasalarını, içinde yaşanılan bölgeyi ve sivil toplum örgütlerini ve kamu sektörünü de etkilediğinin farkında olunmalı ve paydaşlar ile işbirliği içinde çalışma bilinci gelişmelidir.
3. Sosyal sorumluluk bilincine sahip üst düzey yöneticilerin liderlik becerileri ile alt çalışanları bu konuda yönlendirmesi gerekmektedir.

2.2. Sorumluluk Türleri

Sorumluluğun tarafları arasındaki ayrıma ek olarak, sorumluluk kategorileri ve türleri konusunda başka bir ayırım daha vardır. İlk kategori, kuruluşun çıkarlarının korunması ile ilgilidir. Kuruluş bir süre var olduktan sonra, birçok insan gelirleri, sözleşmeleri, kuruluşun ürünleri ve hatta hayatlarının anlamı için ona bağımlı hale gelmektedir. Bu sorun örgütsel sorumluluğa yol açmaktadır. Çalışanlar, kuruluşun kar elde etmek, kuruluş için iyi bir isim oluşturmak veya ISO belgeleri almak için çalışmalarının devam etmesi için çok çalışmak zorunda kalmaktadır. Bu nedenle örgüt çalışanları için bilerek veya bilmeyerek örgütsel sorumluluk adı verilen bir sorumluluk yaratılmaktadır. İkinci sorumluluk kategorisi, tüm çalışanların beceri ve deneyimlerini en iyi şekilde kullanmaları ve mesleki standartlara uymalarının beklendiği noktayı ifade etmektedir. Bu kategoriye mesleki sorumluluk denir. Profesyoneller tarafından verilen birçok kararın toplum üzerinde etkisi vardır ve toplumun istikrarına, ilerlemesine ve sürdürülebilirliğine katkıda bulunduğundan, iş yaratma ve çevre korumaya katılım gibi “sosyal sorumluluk” olarak tanımlanmaktadır. Son kategori, çalışanların, müşterilerin ve organizasyonun paydaşlarının duygusal tatminine dayanan iletişim sorumluluğunu ifade etmektedir. Bu sorumluluk türünde örgütün yönetici ve çalışanları, örgütün müşterileri ve paydaşları ile en iyi şekilde iletişim kurmaya çalışırlar. Örneğin hastasıyla en iyi şekilde iletişim kurmaya ve stresini azaltmaya çalışan bir doktor, iletişim sorumluluğunu dikkate almıştır (Guilligan, 1982; s88).



Şekil 3. Sorumluluk Türleri

Kaynak: (Guilligan, 1982; s89).

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Kurumsal sosyal sorumluluk, isteğe bağlı iş uygulamaları ve kurumsal kaynakların katkıları aracılığıyla toplumun refahını iyileştirmek için üstlenilen bir yükümlülüktür (Kotler ve Lee, 2006: 2).

1929'daki büyük ekonomik kriz, özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve Batı Avrupa ülkelerinde. Birçok ülkede büyük işsizliğe ve üretim kayıplarına neden olmuştur. Bu dönemde sosyal sorumluluk anlayışında gelişmeler yaşanmaya başlamıştır (Halıcı, 2001: 12). Aktan ve Börü'ye (2007) göre sosyal sorumluluğun ortaya çıkışında bir çok etken vardır. Bunların başında politik nedenler gelmektedir. Zira İkinci Dünya Savaşı'nın getirdiği ağır tahribatın izlerini silmek ve faşist rejimler sonrası demokratik rejimlerin tekrar yerini sağlamlaştırması eğiliminin artması, insan haklarına vurguyu da artırmıştır. İnsan haklarındaki bu gelişim, örgütlerin bireylere ve topluma karşı daha çok önem vermesini sağlamıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk ifadesi kavramsal olarak ilk kez ekonomist Howard R. Bowen (1953)'ın, şirketlerin toplum değerleriyle örtüşen politikaları benimsemeleri gerektiğini vurgulayan "İş Adamının Sosyal Sorumlulukları (Social Responsibilities of the Businessman)" adlı kitabını çıkarmasıyla ortaya koymuştur (Balı ve Cinel: 2011: 48) . Bowen eserinde bireysel çıkar ile toplumsal çıkarlara vurgu yaparak bunların neden uzlaştırılması gerektiğine dikkat çekmektedir. Ona göre hayatın büyük alanlarında kişisel çıkar (ya da en azından zeki ve ileri görüşlü kişisel çıkar) toplumsal

çıklarla tutarlıdır ya da tutarlı hale getirilebilir. Bu özellikle ekonomik alanda geçerlidir. Bowen'e göre (2013: 14) 18. ve 19. yüzyılların pek çok entelektüel lideri, ekonomik yaşam üzerindeki merkantilist ve feodal kısıtlamalara karşı mücadelelerinde, bireysel kişisel çıkar ile toplumsal çıkarın zorunlu olarak veya her zaman tutarsız olmadığı doktrininin çok ötesine geçti. Özellikle ekonomik meselelerle ilgili olarak, dizginlenmemiş kişisel çıkar arayışının otomatik olarak toplumun üretken kaynaklarının en iyi veya en ekonomik şekilde kullanılmasına yol açacağı fikrini geliştirdiler. Bu, bırakınız yapsınlar teorisiydi. Bowen'e göre serbest bırakıcı bir ekonomideki stratejik konumu nedeniyle, işadamları özellikle önemli ahlaki gerekliliklere tabidir (Bowen, 2013: 17).

Kurumsal sosyal sorumluluğun ortaya çıkışı 1980 sonrası dönemde, neo-liberal küreselleşme sürecinin etkisi ile olmuştur. Ekonomik, politik, sosyal, kültürel, hukuksal ve benzeri tüm alanları etkilediği ve değişime zorlandığı bu sürecin bir sonucu olarak devletin sosyal sorunlarla mücadelede etkinliğinin azalma eğilimine girmiştir. Dolayısıyla devletin çekildiği alanı doldurmak üzere sivil toplum örgütlerine ve işletmelere çeşitli roller düşmüştür. Yeni dönemin koşullarına uygun olarak küreselleşme sürecinin yarattığı sosyal sorunların çözümüne yönelik olarak, sivil toplumun ve işletmelerin kendi çözüm arayışlarına başvurduğu görülmektedir. Bu durum, sivil toplum örgütleri aracılığıyla sağlandığı sosyal sorumluluk anlayışını yeniden tarih sahnesine çıkartırken (ki Osmanlı devletinde dahi vakıflar aracılığıyla bunun nüvelerini görmek mümkündür); diğer yandan da sosyal sorumluluğun işletmeler aracılığıyla yürütüldüğü, kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını ortaya çıkarmıştır (Işık, 2013: 112).

1980'li yıllara kadar kurumsal sosyal sorumluluk işletmeler için artık bir zorunluluk değildi, gönüllü olarak uygulanmaktaydı. Daha sonra ise bir strateji olmaya başlamıştır. Özellikle son yıllarda tüm ülkelerde gelir dağılımındaki eşitsizlik, yoksulluk, işsizlik, çevre kirliliği, uyuşturucu kullanımı ve şiddet gibi artan sorunlar sosyal sorumluluk faaliyetlerine odaklanmasına neden olmuştur (Öztürk, 2009: 11).

Kotler ve Lee kurumsal sosyal sorumluluğun yansıması olarak altı seçenek sıralamışlardır. Bunlar (Kotler ve Lee 2006: 23- 24):

1. Sosyal amaç ve teşvikleri: Bir kurum, sosyal bir amaç üzerindeki ilgiyi artırmak ya da bir sosyal amaç için fon toplamaya, bağışta bulunmaya ya da

2. gönüllü toplamaya destek vermek için fonlar, mal ve hizmet katkıları ya da diğer kurumsal kaynaklar sağlar.
3. Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama: Bir kurum, ürün satışlarına dayalı gelirlerin belli bir yüzdesini belirli bir amaç için harcar ya da bir katkıda bulunur. Örneğin belirli bir zaman dilimi için, belirli bir ürün, belirli bir hayır kurumuna özgülenebilir. Dolayısıyla bir kurum, çoğunlukla kar amacı gütmeyen bir örgüt ile özel bir ürünün satışı için belirlenmiş karşılıklı çıkarlara dayalı bir ilişki oluşturarak işbirliği yapmaktadır.
4. Kurumsal Sosyal Pazarlama: Bir kurum, halk sağlığını güvenliğini ya da toplumun refahını iyileştirmeyi amaçlayan bir davranış değiştirme kampanyasının geliştirilmesine ve uygulamaya konulmasına destek vermektedir.
5. Kurumsal Hayırseverlik: Bir kurum bir hayır kuruluşuna ya da sosyal bir amaca çoğunlukla nakit bağış veya hibe yoluyla ya da aynı hizmetlerle doğrudan katkı yapabilir.
6. Toplum Gönüllülüğü: Bir kurum çalışanlarını, sivil toplum örgütlerini desteklemek üzere belli zamanlarını gönüllü olarak değerlendirmelerini teşvik edebilir.
7. Sosyal açıdan sorumluluk taşıyan iş uygulamaları: Bir kurum, toplumun refahını iyileştirmek için ve çevreyi korumak üzere sosyal amaçları destekleyen isteğe bağlı yatırımlar ve iş uygulamalarını benimser ve yürütür.

Günümüzde Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), kurum imajı, halkla ilişkiler, çevresel sorumluluk, hükümetle ilişkiler, çalışan morali gibi konularıyla gerçekten ilgilenen kurum yöneticileri tarafından ilgilenilen en temel konulardır. KSS, bir kurumun ekonomik ve çevresel bir biçimde çalışırken paydaşlarının ilgi ve hassasiyet alanlarını da paylaşması konusundaki yükümlülükleridir (Aydede, 2007: 25). Ancak bu tanımdan yola çıkarak KSS sadece özel işletmeler için geçerli bir kavram olarak da görmek de eksik olabilir. Her ne kadar KSS işletme bilimi içerisinde bir yaklaşım olarak ele alına da, kamu kurumları da toplumsal faydayı gözetmek zorundadır. Kamu yönetimlerinin temel dayanağı olan kamu yararı kavramı kurumsal sosyal sorumluluğu da kapsayan geniş ve kapsamı da tartışmalı bir kavramdır. Dolayısıyla kamu

yönetimleri da sosyal sorumluluk projeleri ve benzeri faaliyetler yürüttüklerinde meşruiyetlerini pekiştirmiş olurlar.

Literatürde birçok Kurumsal Sosyal Sorumluluk tanımı olsa da bu tanımlamalarda ortak bazı unsurlar bulunmaktadır bunlar (Rienstra, 2000'dan aktaran Karataş, 2019: 1171):

- Örgütlerin faaliyet gösterdikleri alanlar dışında toplumsal ve çevresel alanlara da önem vermesi,
- Örgütlerin kanuni zorunlulukların ötesinde, toplumsal fayda sağlayacak faaliyetlere yönelmesi,
- Faaliyetlerin gönüllü olarak yapılmak istenmesi,
- Örgütlerin yapmış oldukları bu gönüllü faaliyetlerin sürdürülebilir nitelikte olmasıdır.

Özellikle etik değerlerin gerek özel işletmeler ve gerekse yeni kamu yönetimi yaklaşımı ile kamu yönetmenlerinde sıkça tartışılmaya başlanması ile her büyüklükteki örgüt arasında kurumsal sosyal sorumluluğa (KSS) artan bir ilgi vardır. KSS, şirketlerin ekonomik sadece hedefleri değil aynı zamanda bir bütün olarak topluma fayda sağlayan eylemlerde bulunarak sosyal olarak sorumlu olma yükümlülüğü olduğu kavramını ifade etmektedir. KSS'nin yükselişi, sürdürülebilir ve etik ürün ve hizmetlere yönelik tüketici talebi, çevresel ve sosyal konularda artan farkındalık ve işletmelerin bu zorlukları ele almada oynayacağı bir role sahip olduğunun kabul edilmesi gibi faktörlerin etkisi ile öne çıkmaktadır. KSS kavramının kökleri, medeni haklar ve çevre kirliliği gibi sosyal konuların kamuoyunun dikkatini çekmeye başladığı 1950'ler ve 1960'lara dayanmaktadır (Özüpek, 2013: 26). Bu süre zarfında şirketler, sosyal ve çevresel sorunların ele alınmasında daha aktif rol almaları için tüketiciler, çalışanlar ve düzenleyiciler dahil olmak üzere paydaşlardan gelen artan baskıyla karşı karşıya kalmaya başlamıştır. Buna yanıt olarak, bazı şirketler bu endişeleri gidermeyi amaçlayan programlar geliştirmeye başlamıştır. Ancak, 1970'ler ve 1980'lere kadar KSS'nin bir yaklaşım olarak yaygın bir şekilde tanınmaya başlaması mümkün değildi. Bu süre zarfında Ben & Jerry's ve The Body Shop gibi şirketler, sosyal ve çevresel kaygıları iş modellerine dahil etme fikrine öncülük etmişlerdir (Korkmaz, 2009: 30). Karlı olmanın yanı sıra sosyal sorumluluk sahibi olmanın da

mümkün olduğunu göstermişler ve diğer işletmelerin izlemesi için bir emsal oluşturmuşlardır. Sonraki yıllarda şirketler sosyal sorumluluk sahibi olmanın hem kâr haneleri hem de itibarları için iyi olabileceğini fark etmiş ve bu yönde birçok girişimde bulunmuşlardır. Örneğin İşletmeler karbon ayak izlerini azaltmak, çeşitliliği ve kapsayıcılığı teşvik etmek ve hayırsever girişimler yoluyla yerel toplulukları desteklemektir.

KSS hareketinin en önemli itici güçlerinden biri, sürdürülebilir ve etik ürün ve hizmetlere yönelik artan tüketici talebi olmuştur. Günümüzde tüketiciler, satın alma kararlarının sosyal ve çevresel etkilerinin her zamankinden daha fazla farkındalar ve aktif olarak değerleriyle uyumlu işletmeleri aramaktadırlar. KSS'nin yükselişini sağlayan bir diğer önemli faktör de çevresel ve sosyal konulara ilişkin farkındalığın artmasıdır. Son yıllarda, iklim değişikliği, gelir eşitsizliği ve insan hakları ihlalleri gibi endişeler önemli kamu sorunları haline geldi ve birçok tüketici, işletmelerin bu zorlukları ele almada liderlik rolü üstlenmesini istenmektedir. Elbette bu faktörlerin yanı sıra birçok şirket KSS'nin kendi faaliyetleri için iyi olabileceğinin farkındadırlar. Şirketler, bir bütün olarak topluma fayda sağlayan girişimlere yatırım yaparak tüketiciler, çalışanlar ve diğer paydaşlar arasında güven inşa edebilir ve ayrıca azaltılmış düzenleyici inceleme ve gelişmiş halkla ilişkilerden yararlanabilir. Buna ek olarak, günümüzde çalışanlar giderek artan bir şekilde kendi değerlerini paylaşan ve dünyada olumlu bir etki yaratmaya kendini adanmış işverenler ararken, KSS girişimleri şirketlerin üst düzey yetenekleri çekmesine ve elinde tutmasına yardımcı olabilir. Dolayısıyla günümüzde KSS'nin yükselişi, işletmelerin toplumdaki rollerine yaklaşım biçimlerinde önemli bir değişimi temsil etmektedir. Günümüzde şirketler, sosyal açıdan sorumlu olma yükümlülüklerinin giderek daha fazla farkına varmaktadır.

2.4. Örgütleri Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Yönlendiren Etmenler

Örgütleri kurumsal sosyal sorumluluğa yönlendiren etmenler aşağıdaki şekildedir:

- **Devletlerin küçülmesi:** Geçmişte Devletler, çevresel ve sosyal hedeflere ulaşmak için şirketleri yönetmeliklere ve yasalara uymaya zorlardı, ancak şimdi devlet kaynaklarının yetersizliği ve deregülasyona olan inanç nedeniyle, yeni keyfi ve zorunlu olmayan yeni yöntemler yasaların yerini alıyor ve geçmişin kuralları ve uygulamaları yok oluyor.
- **İfşa etmek:** Mevcut durumda müşteriler, tedarikçiler, çalışanlar, topluluklar, yatırımcılar ve organizasyonel aktivistler gibi iş paydaşları, şirketlerin bilgilerinin açıklanmasını ve şeffaflığını her gün eskisinden daha fazla istiyor.
- **Müşteri egemenliği:** Araştırmalar, şirketlerin davranışlarının, müşterilerin bu şirketlerin mal ve ürünlerini satın alma kararlarında büyük etkisi olduğunu göstermektedir. "Environics International" Enstitüsü tarafından yakın zamanda yapılan araştırmalarda, her beş müşteriden birinin, kişisel anlayış ve yargılarına göre, şirketlerin sosyal performansını işlem yapmak için bir kriter olarak belirlediği sonucuna varılmıştır.
- **Yatırımcı değerlendirme:** 1999 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde düzenlenen Sosyal Yatırım Konferansı raporuna göre, çeşitli şirketlere iki trilyon dolar yatırım yapan yatırımcılar, yatırımlarında çevresel ve sosyal sorumluluk unsurlarını etkin bir şekilde göz önünde bulundurmışlardır. Environics International tarafından yapılan bir başka ankette, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki hissedarların dörtte birinden fazlasının hisselerini alırken ve satarken şirketlerin etik ve davranışsal değerlendirmelerini göz önünde bulundurduğu tespit edildi.
- **Rekabetçi işgücü piyasası:** İşe alınabilmek için çalışanlar, işverenlerin inanç ve davranışlarının performans ve ilkelerine (maaş ve yan haklar gibi faktörlerin ötesinde) eskisinden çok daha fazla dikkat etmekte ve şirketlerde vasıflı çalışanları korumak ve çalışma koşullarını iyileştirmek için çalışmaktadır.
- **Tedarikçi ilişkileri:** Birçok şirket, ortaklarının toplumda daha sorumlu davranmasını sağlamak için önlemler almıştır. Bazıları davranış ve

- eylemlerinin ilgili şirketin itibarını zedelememesi için tedarikçilere yönelik ilke ve davranış kurallarını derlemiştir.

Şirketlerde KSS uygulamasının sonuçları aşağıdaki gibidir:

1. Örgütsel çıkarlar

- Finansal performansın iyileştirilmesi;
- İşletme maliyetlerinin azaltılması;
- Şirketin adını ve logosunu tanıtmak;
- Satışları ve müşteri güvenini artırmak;
- Daha fazla üretkenlik ve daha yüksek kalite;
- Yeni düzenlemeler oluşturma ihtiyacının azaltılması;
- Başkente erişim;
- Ürün güvenliğini artırmak ve yeni garantilere olan ihtiyacı azaltmak.

2. Toplumun ve insanların çıkarlarını göz önünde bulundurarak

- iyi işlere katılım;
- Çalışanların gönüllü projeleri;
- Herkesin evsizlere yardım için halk eğitimi, istihdam ve programlara katılımı;
- Ürün güvenliği ve kalitesi.

3. Çevresel hususlar

- Mümkün olduğu kadar çok malzemeyi geri dönüştürün;
- ürünlerin daha fazla işlevselliği ve dayanıklılığı;
- Yenilenebilir kaynakların daha fazla kullanılması;
- Yaşam döngüsü değerlendirmesi ve maliyetleri, çevre yönetim standartları ve Eko-etiketleme dahil olmak üzere iş planlarında çevre yönetimi araçlarının kullanılması; (Khalili, 2008; s. 137-140)

2.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) modelleri, şirketlerin sosyal açıdan sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde faaliyet gösterme çabalarına rehberlik etmek için kullandıkları birer çerçevedir. KSS modelleri odakları ve yaklaşımları bakımından farklılık göstermektedir. Bununla birlikte bu modeller genellikle ekonomik, sosyal ve çevresel kaygıları hem şirketin hem de daha geniş topluluğun yararına olacak şekilde dengelemeye çalışmaktadırlar. Bazı yaygın KSS modelleri ve odakları şu şekilde sıralanabilir:

Hayırseverlik Modeli: Bu model kapsamında şirketler, sosyal ve çevresel nedenleri desteklemek için hayırseverlik faaliyetlerinde bulunur. Bu, kar amacı gütmeyen kuruluşlara para veya kaynak bağışlamayı, etkinliklere veya programlara sponsor olmayı veya karşılıksız hizmetler sağlamayı içerebilir.

Paydaş Modeli: Paydaş modeli, hissedarlar, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler ve daha geniş topluluk dahil olmak üzere tüm paydaşların çıkarlarını dengelemenin önemini vurgulamaktadır.

Paylaşılan Değer Modeli: Paylaşılan değer modeli, sosyal ve çevresel zorlukları ele alırken şirket için ekonomik değer yaratmaya odaklanmaktadır.

Sürdürülebilirlik Modeli: Sürdürülebilirlik modeli, çevresel sürdürülebilirliğin önemini vurgular ve şirketin doğal çevre üzerindeki etkisini en aza indirmeyi amaçlamaktadır. Bu, sera gazı emisyonlarının azaltılması, su ve enerji tasarrufu veya yenilenebilir kaynakların kullanılması gibi sürdürülebilir iş uygulamalarının uygulanmasını içerebilir.

Kurumsal Vatandaşlık Modeli: Kurumsal vatandaşlık modeli, kurumsal sorumluluğun ve sosyal sorumluluğun önemini vurgulamaktadır. Bu model kapsamında şirketler, etik iş uygulamalarını takip ederek, şeffaf ve hesap verebilir olarak ve faaliyet gösterdikleri topluluklarla aktif bir şekilde ilişki kurarak iyi kurumsal vatandaşlar olmaya çalışmaktadırlar.

Kurumların nasıl bir kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımını benimseyeceği ebetteki o kurumların değerleri ve hedefleri ile ilgilidir. Bu bölümde literatürde öne çıkan KSS modelleri kısaca açıklanacaktır.

2.5.1. Friedman'ın Hissedarlar Modeli

Milton Friedman'ın 1970'li yıllarda "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits" başlıklı makalesi ile ünlene "Hissedar teorisi" ya da diğer adı ile Friedman doktrini, işletmenin sosyal sorumluluğunun kârını artırmak olduğunu savunan normatif bir iş etiği teorisi. Diğer bir ifade ile Friedman doktrinine göre, bir işletmenin tek sosyal sorumluluğu, yasa ve etik gelenekler çerçevesinde hissedarları için kârı maksimize etmektir. Friedman, bir işletmenin yalnızca sahipleri veya hissedarları için kâr sağlamaya odaklanması gerektiğini ve daha geniş sosyal veya çevresel sorunlarla ilgilenmemesi gerektiğini savunmaktadır. Bir işletmenin çevresel sürdürülebilirlik veya sosyal adalet girişimleri gibi KSS faaliyetlerine dahil olma çabalarının, hissedar fonlarının kötüye kullanılması olacağına ve nihayetinde şirketin mali performansına zarar vereceğine inanmaktadır.

Friedman, işletmelerin bunun yerine, kaynakların en verimli şekilde tahsis edilmesine ve bir bütün olarak toplum için en büyük faydaya yol açacağına inandığı serbest piyasa sistemi aracılığıyla kârlarını maksimize etmeye odaklanmaları gerektiğini ifade etmektedir. Ayrıca, hayırsever bağışlar veya siyasi aktivizm yoluyla sosyal ve çevresel sorunların ele alınmasından işletmelerden ziyade bireylerin sorumlu olduğunu iddia etmiştir.

Friedman bir işletmenin kurumsal sosyal sorumluluğunu toplumsal fayda ile değil hissedarlara yaptığı fayda ile değerlendirmektedir. Bunu ise şu ifadeleri ile açıklamaktadır: "Şirket yöneticisinin iş adamı sıfatıyla "sosyal sorumluluğu" olduğunu söylemek ne anlama gelir? Bu ifade saf bir retorik değilse, işverenlerinin çıkarına olmayan bir şekilde hareket etmesi gerektiği anlamına gelmelidir. Örneğin, fiyat artışı şirketin çıkarlarına en uygun olsa bile, enflasyonu önleme sosyal amacına katkıda bulunmak için ürünün fiyatını artırmaktan kaçınmalıdır. Ya da çevreyi iyileştirmeye yönelik sosyal amaca katkıda bulunmak için, kirliliği azaltmak için şirketin çıkarlarına en uygun olan miktarın veya kanunen gerekli olanın ötesinde harcamalar yapacağına. Ya da, yoksulluğu azaltma sosyal hedefine katkıda bulunmak için, şirket kârları pahasına, mevcut daha nitelikli işçiler yerine daha dezavantajlı işsizleri işe alacağı anlamına gelmektedir. Bu durumların her birinde, şirket yöneticisi genel bir sosyal çıkar için bir başkasının parasını harcıyor olacaktır. "Sosyal sorumluluğu" ile uyumlu eylemleri, hisse senedi sahiplerinin getirilerini azalttığı

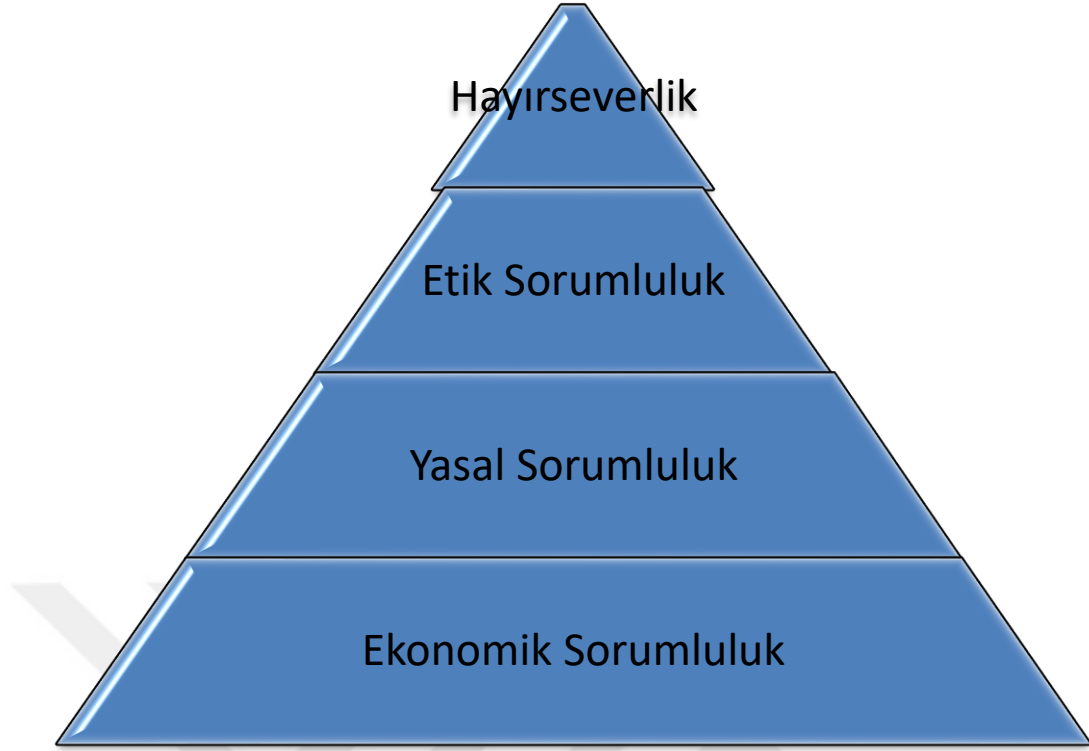
ölçüde, onların parasını harcıyor demektir. Eylemleri müşterilere fiyatı yükselttiği sürece, müşterilerin parasını harcıyor. Ya da eylemleri bazı çalışanların ücretlerini düşürdüğü ölçüde, onların parasını harcıyor” (Friedman, 1970: 8).

Friedman Hissedarlar modeli ile uzun vadeli sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik pahasına kısa vadeli finansal kazanca çok fazla vurgu yaptığını iddia eden birçok kişi tarafından eleştirilmiştir. Gerçekten de bu yaklaşımda vurgu daha ziyade kâradır. Bazı araştırmacılar, işletmelerin çalışanları, müşterileri ve daha geniş topluluk dahil olmak üzere paydaşlarına karşı daha geniş bir sorumluluğu olduğunu ve KSS faaliyetlerinde bulunmanın, bu gruplar arasında güven ve bağlılık oluşturarak nihai olarak şirketin finansal performansına fayda sağlayabileceğini iddia etmektedir.

Bu eleştirilere rağmen, Friedman’ın hissedarlar modeli birçok işletmenin KSS’ye yaklaşım biçimini şekillendirmede etkili olmaya devam etmektedir. Bazı şirketler, daha geniş sosyal ve çevresel kaygılardan çok kâra öncelik vermeye devam ederken, diğerleri finansal performansı daha geniş sosyal ve çevresel sorumlulukla dengelemeyi amaçlayan daha incelikli bir yaklaşım benimseyebilmektedir.

2.5.2. Caroll’un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, bir kurumun toplumun istek ve beklentilerine uygun davranmasını ifade etmektedir. Toplumun kurumlardan yerine getirmesini beklediği ekonomik, hukuki, etik ve gönüllü olmak üzere dört temel sorumluluk alanı vardır. A.B.Carroll, yapmış olduğu çalışmasında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun boyutları içindeki konuları bir piramit şeklinde sunmuştur.



Şekil 4. Carroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

Kaynak: (Carroll, 1991, s. 42).

Ekonomik Sorumluluk: Carroll'a (1991, 41) göre tarihsel olarak, ticari kuruluşlar, toplumsal üyelere mal ve hizmet sağlamak için tasarlanmış ekonomik varlıklar olarak yaratılmıştır. Kâr amacı, girişimciliğin birincil teşviki olarak belirlenmiştir. Her şeyden önce, ticari organizasyonlar toplumun temel ekonomik birimiydi. Bu nedenle kâr amacı güden işletmeler, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için ürün ve hizmetler üreterek bu amacı gerçekleştirmektedir. Bir noktada kâr güdüsü fikri, maksimum kâr kavramına dönüştü ve bu o zamandan beri kalıcı bir değer olarak benimsenmiştir. Diğer tüm ticari sorumluluklar, firmanın ekonomik sorumluluğuna bağlıdır. Çünkü o olmadan diğerleri tartışılabilir konular haline gelmektedir.

Yasal Sorumluluk: Toplum, işletmelerin kâr amacına göre faaliyet göstermesini onaylamakla kalmamıştır; aynı zamanda işletmenin federal, eyalet ve yerel yönetimler tarafından işletmenin faaliyet göstermesi gereken temel kurallar olarak ilan edilen yasa ve yönetmeliklere uyması beklenmektedir. İşletmeler

arasındaki "toplumsal sözleşme"nin kısmen yerine getirilmesi olarak ve toplum, firmaların ekonomik misyonlarını hukuk çerçevesinde sürdürmeleri beklenmektedir. Yasal sorumluluklar, kanun koyucular tarafından tesis edildiği şekliyle "kodlanmış etik" görüşünü yansıtmaktadır. Tarihsel gelişimlerini tasvir etmek için piramidin bir sonraki katmanı olarak tasvir edilirler, ancak serbest girişim sisteminin temel ilkeleri olarak ekonomik sorumluluklarla uygun şekilde bir arada var oldukları görülmektedir (Caroll, 1991: 41).

Etik Sorumluluk: Ekonomik ve yasal sorumluluklar hakkaniyet ve adaletle ilgili etik normları içermesine rağmen, etik sorumluluklar, kanunla düzenlenmemiş olsalar bile toplum üyeleri tarafından beklenen veya yasaklanan faaliyet ve uygulamaları kapsar. Etik sorumluluklar, tüketicilerin, çalışanların, hissedarların ve toplumun adil, hakkaniyetli veya paydaşların ahlaki haklarına saygı duyulması veya korunması ile uyumlu olarak gördüklerine ilişkin bir endişeyi yansıtan standartları, normları veya beklentileri içermektedir. Bir anlamda, değişen etik veya değerler, hukukun kuruluşundan önce gelir çünkü bunlar, yaratılışın arkasındaki itici güç haline gelmektedir. İşletmeler faaliyetlerinde etik değerleri de dikkate almak zorundadır. Caroll'a göre etik değerlerin unsurları aşağıdaki gibi sıralabilir (Caroll, 1991: 41):

- Toplumda yeni ve gelişen normları fark etmek ve bunlara saygı göstermek önemlidir.
- Örgütün amaçlarına ulaşmayı zorlaştıracak etik normlardan kaçınmak önemlidir.
- İyi bir kurumsal vatandaş olarak tanımlanmak için sosyal değerlere ve etik normlara uyum göstermek gerekir.
- Dürüst kurum olma ve etik davranış aynı zamanda yasalara ve düzenlemelere uyumu da beraberinde getirmektedir.

Hayırseverlik: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramini en başında hayırseverliğe yer veren Caroll, işletmelerin kaynaklarını topluluğa katkıda bulunması olarak ele almaktadır. Hayırseverlik, toplumun işletmelerin iyi kurumsal vatandaşlar olma beklentisine yanıt olarak verilen kurumsal eylemleri kapsamaktadır. Bu, aktif olarak eylemlerde veya programlarda yer almayı içermektedir. Hayırseverlik

örnekleri, sanata, eğitime veya topluma yapılan katkılar gibi mali kaynakların veya yönetim süresinin ticari katkılarını içermektedir (Carroll, 1991: 42).

Carroll (1991: 41) Hayırseverliğin ilişkin temel bileşenlerini aşağıdaki şekilde sıralamıştır:

- Hayırseverlik faaliyetlerini toplumun beklentileri ile tutarlı olarak gerçekleştirilmedi.
- Örgütlerin güzel sanatlara ve gösteri sanatlarına katkıda bulunması önemlidir.
- Örgüt yöneticilerinin ve çalışanların buldukları yerel toplulukta gönüllü faaliyetlere katılması önemlidir.
- Özel ve kamu eğitim kurumlarına katkı sağlamak oldukça önemlidir.
- Örgütlerin, toplumun yaşam kalitesini yükseltecek projelere katkı göstermesi oldukça önemlidir.

Carroll, bir model sunmak için örgütsel sosyal sorumluluğun farklı alanlarını birleştirdi. Carroll, her şirketin sosyal sorumluluklarını 4 boyutta önerdi: ekonomik, yasal, ahlaki ve özgecil sorumluluk.

Carroll, 1951'de örgütsel sosyal sorumluluk piramidini önerdiğinde sosyal sorumluluğun hiyerarşik modelini (1951) özetle ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik sorumluluklarından oluşmaktadır. Ekonomik sorumluluk, Örgütsel sosyal sorumluluk piramidinde tüm boyutların temeli olan temel olarak tanımlanır ve Carroll'a göre en önemli boyuttur, çünkü bir organizasyonun kendini sürdürebilmesi için karlı ve karlı olması gerekir. piyasa ve fayda toplumu. Aslında ekonomik sorumluluk, tüketici için kaliteli üretim ve uygun fiyat yoluyla sermayenin karlılığını sürdürmektir (Lantos, 2001). Önceki boyuttan daha az derecede olan yasal sorumluluk, her işletmenin herkesin iyiliği için belirlenen kural ve düzenlemelere uymayı gerektirmesi ilkesini temsil eder (Jamali ve Mirshak 2006). Ahlaki sorumluluk, Carroll'un gündeme getirdiği en belirsiz boyuttur. Bu boyut, toplumun örgütten beklentileridir ve örgütün toplumun değer ve normlarını dikkate alması ve saygı duyması ve yazılı yasalar çerçevesinin ötesine geçmesi esasına dayanır (Jamali & Mirshak 2006). Etik sorumluluklar, ahlaki ilkelere bağlılık, doğru olanı yapma, adalet, hakkaniyet ve insan haklarına saygıyı içerir. Ahlaki sorumlulukları kabul edenler, kendilerinin ve başkalarının topluma zarar vermesini engellerler. Etik sorumluluklar, kanunda

belirtilmemiş olsa bile, toplum üyelerinin “olumlu faaliyetleri” teşvik etmeyi veya olumsuz faaliyetleri önlemeyi beklediği politikalar, ilkeler, kararlar veya uygulamalardır. Hayırseverlik sorumluluk, örgütün toplumun sorunları ve sorunları ile ilgilenmek için gönüllü olarak yaptığı bir çabadır (Sheth, 2006). Meşruiyet konusundaki tartışmalar ve örgütsel sosyal sorumluluğun sınırları buna bağlıdır. Son on veya yirmi yılda, hayırseverlik, toplum hizmeti programları, çalışan gönüllülüğü, çevre koruma, borç verme programları ve Yaşam standardında bir iyileşme ile karşı karşıyayız. Şirketler giderek artan bir şekilde katkılarını çalışanların ve tüketicilerin acil ihtiyaçlarına göre düzenlemeye çalışıyor. Carroll, hayırsever sorumluluklar görüşünün, gönüllü olduğu, daha fazla insanın katıldığı ve daha etkili yardımın sağlanabileceği için kamu refahından daha fazla destekçisi olduğuna inanıyor; Devlet yardımları etkili olmamakla birlikte, idari formalitelerin varlığı ve yasal yollardan geçme ihtiyacı nedeniyle bu yardımların verilme hızı çok düşüktür.

Özetle, Carroll’a göre (1991: 43) işletmenin toplam kurumsal sosyal sorumluluğu, firmanın ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik sorumluluklarının eş zamanlı olarak yerine getirilmesini gerektirmektedir. Daha pragmatik ve yönetsel terimlerle ifade edilirse, KSS firması kar elde etmek, yasalara uymak, etik olmak ve iyi bir kurumsal vatandaş olmak için çaba göstermelidir.

2.5.3. Ackerman’ın Sosyal Duyarlılık Modeli

Ackerman ve Bauer’ın kaleme aldığı “Corporate social responsiveness: The modern dilemma” çalışmalarında örgütün temel hedefinin sosyal duyarlılık olduğunu vurgulamışlardır. Sosyal Sorumluluk modeli, işletmelerin sosyal çevreye verdiği tepkilerinin çözümlenmesine yönelik olarak geliştirilmiş bir modeldir. Bu modele göre sorumluluk bir görevin yerine getirilmesi sürecinde üstlenilen bir sorumluluk veya yükümlülük olarak değerlendirilmektedir (Özüpek,2013: 82).

Sosyal Sorumluluk Modeli, bir iş etiği uzmanı olan Robert Ackerman tarafından geliştirilen ve bir şirketin etik gelişiminin dört aşamasını tanımlayan bir çerçevedir:

1. Aşama. Mali Sorumluluk: İlk aşamada, şirketler yalnızca kârlarını maksimize etmeye ve mali yükümlülüklerini yerine getirmeye odaklanmaktadır. Sosyal veya çevresel konulara çok az önem verilir veya hiç dikkate alınmaz. Şirket yasal olan ancak etik olması gerekmeyen uygulamalar yapabilir.

2. Aşama. Yasal Sorumluluk: İkinci aşamada, şirketler yasal ve düzenleyici gerekliliklere uymanın önemini kabul etmektedir. Şirketin odak noktası, tamamen finansal kaygılardan, yasalar çerçevesinde faaliyet göstermesini sağlamaya doğru kaymaktadır. Bununla birlikte, daha geniş sosyal veya çevresel konulara hala çok az önem verilmektedir.
3. Aşama. Etik Sorumluluk: Üçüncü aşamada şirketler, eylemlerinin etik sonuçlarını dikkate alarak sosyal sorumluluğa daha proaktif bir yaklaşım benimsemeye başlamaktadır. Bu, bir etik kuralları veya değerler beyanı geliştirmeyi, hayırsever faaliyetlerde bulunmayı veya sürdürülebilir iş uygulamalarını uygulamayı gerektirmektedir.
4. Aşama. Hayırseverlik Sorumluluğu: Son aşamada şirketler, hayırseverlik faaliyetleri ve sosyal açıdan sorumlu iş uygulamaları yoluyla aktif olarak toplum ve çevre üzerinde olumlu bir etki yaratmaya çalışmaktadır. Bu, hayırsever amaçları desteklemeyi, şirketin çevresel ayak izini azaltmayı veya sosyal açıdan sorumlu yatırım yapmayı gerektirmektedir.

Ackerman'ın modeline göre şirketler, sosyal olarak daha sorumlu hale geldikçe, topluma ve çevreye karşı yükümlülükleri konusunda daha derin bir anlayış geliştirdikçe bu aşamalardan geçmektedirler. Ancak Ackerman, tüm şirketlerin bu aşamalardan doğrusal bir şekilde geçmediğini ve bazılarının belirli bir aşamada uzun süre kalabileceğini veya hatta daha önceki bir aşamaya geri dönebileceğine işaret etmektedir. Ackerman sosyal duyarlılığa odaklanarak “daha fazla ne yapılabilir?” sorusuna cevap aramaktadır (Ackerman ve Bauer, 1976).

Yukarıda kısaca ele alınan KSS modellerinden de görüleceği üzere, KSS sayesinde yapılan faaliyetler hem çalışanlara hem de örgütün içerisinde bulunduğu topluma katma değer oluşturmaktadır. Daha sürdürülebilir bir ortam oluşturması yanı sıra kurum imajını da olumlu yönde etkileyebilmektedir. Bu gibi faydaları nedeni ile örgütler yukarıda KSS modellerinden birini ya da bir kaçını sentezleyerek uygulamaya koyabilmektedirler.

2.6. Kamu Kurumlarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kamu ve özel sektör örgütlerinin benzer yönleri ve birbirinden ayrılan yönleri örgüt çalışmalarında sıkça tartışılan konulardan biridir. Bu konuda temel referans metinlerinden biri olan Bilal Eryılmaz'ın Kamu Yönetimi kitabında kamu yönetimi ve özel yönetimlerin en başta yönetimin temel fonksiyonları bakımından benzerlik gösterdiği yönündedir. Yani her iki örgütte de planlama, örgütlenme, yönlendirme, eşgüdüm ve denetim faaliyetleri yürütülmektedir. Bununla birlikte kamu ve özel yönetimlerinin birbirinden ayıran önemli hususlar da vardır. Bunların başında amaç yönünden farklılık gelmektedir. Kamu kurumları kamu yararı amacına göre çalışırken özel yönetimlerin amacı kardır. Bu farklılık toplumsal sorumluluklara karşı verecekleri tepkiyi de şekillendirebilmektedir. Örneğin bir kamu kurumu toplumsal sorunlara varoluşu itibarıyla duyarsız ve tepkisiz kalamazken özel yönetimler kimi durumlarda tepkisiz kalabilmektedir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) genellikle özel işletmelerle ilişkilendirilen bir kavram olmakla birlikte kamu kurumlarında da önemli bir rol oynamaktadır. Kamu kurumları, halka temel kamu hizmetleri sağlamaktan sorumlu oldukları için ve bu hizmeti yerine getirirken kamu gücünden faydalandıkları için toplumda önemli bir role sahiptirler. Bu nedenle, sosyal açıdan sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde faaliyet gösterme sorumlulukları vardır.

Demokrasiye ve katılıma vurgu yapan yönetim anlayışının da etkisi ile artık günümüzde kamu kurumlarında KSS'nin önemi giderek daha fazla kabul görmektedir. Bunun birçok nedeni olmakla birlikte kaynakların sınırlı olması ve sürdürülebilirliğe yapılan vurgunun önemli bir rolü vardır. Ayrıca kamuoyunun giderek daha fazla araçla kamu yönetimlerini denetleyebilmesi ve baskı kurabilmesinin de KSS'un kamu yönetimlerinde önem kazanmasında önemli rolü vardır. Ek olarak sosyal ve çevresel konularda artan farkındalık ve kurumsal verimliliği ve etkililiği geliştirme ihtiyacı gibi bir dizi faktörün de KSS'un kamu yönetimlerinde önem kazanmasında etkili olduğu söylenebilir.

Kamu kurumları birçok alanda KSS faaliyetlerini hayata geçirebilir. Yerel düzeyde katı atık geri dönüşümünden, ulusal düzeyde yenilenebilir kaynakları kullanmaya kadar birçok alanda KSS faaliyetleri gösterilirler. Kamu kurumları,

çevresel etkilerini azaltarak ve sorumlu uygulamaları teşvik ederek sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilirler.

Kamu kurumlarının KSS sergileyebileceği bir başka alan da toplumla olan ilişkileridir. Bu anlamda sosyal sorunları ele almak ve topluluk gelişimini teşvik etmek için yerel kuruluşlar ve paydaşlarla ortaklık kurmayı gerektirebilir. Örneğin, bir devlet kurumu, yetersiz hizmet alan topluluklara destek ve kaynak sağlamak için kar amacı gütmeyen bir kuruluşla ortaklık kurabilirken, bir üniversite ekonomik büyümeyi ve iş yaratmayı teşvik etmek için yerel işletmeler ve kuruluşlarla işbirliği yapabilir. Bu ve benzeri örneklerde olduğu gibi kurumsal sosyal sorumluluğu kamu kurumları toplum dezavantajlı kesimlerine yönelik işbirlikleri ile gerçekleştirebilirler.

Kamu kurumları, yönetim ve karar alma süreçleri aracılığıyla da KSS gösterebilirler. Yeni Kamu Yönetimi yaklaşımı ile 1980 sonrasında kamu kurumlarının da şeffaf ve hesap verebilir olmalarına vurgu yapılmıştır. Şeffaflık ve hesap verebilirlik karar alma uygulamalarının benimsenmesini, girdi ve geri bildirim toplamak için paydaşlarla ilişki kurulmasını, politikalarının ve uygulamalarının sosyal ve çevresel hedeflerle uyumlu olmasını sağlamayı içerebilir. Kamu kurumları, etik liderlik ve yönetim sergileyerek, paydaşlar arasında güven ve itibar tesis edebilir.

Yukarıda sayılan gerekçelerle Kurumsal Sosyal Sorumluluğun, kamu kurumlarında da özel işletmelerde olduğu gibi kritik bir rol oynadığı görülmektedir. Kamu kurumları, sürdürülebilir iş uygulamalarını hayata geçirerek, toplumla ilişki kurarak ve etik yönetimi ve karar vermeyi teşvik ederek sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğe olan duyarlılığını gösterebilirler. Ayrıca Birleşmiş Milletler Binyıl Kalkınma Hedefleri doğrultusunda sürdürülebilirliğe yapılan vurgu da KSS'un kamu kurumlarında uygulanması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

AB üyesi ülkelerde ve birçok ülkede kamu yönetimleri kurumsal sosyal sorumluluk alanında faaliyet göstermektedirler. Örneğin, Danimarka sağlık sistemi genellikle sosyal açıdan sorumlu bir sağlık sistemi örneği olarak gösterilmektedir. Danimarka sağlık sistemi tüm vatandaşların sağlık hizmetlerine eşit erişimi ilkesine dayanmaktadır ve önleyici bakımdan halk sağlığı eğitimine kadar birçok alanda buna dikkat edilmektedir (Seyyar ve Oğlak, 2004). Ayrıca karar verme süreçlerine tüm paydaşları katması sayesinde sistem sosyal açıdan sorumlu bir şekilde çalışmaktadır.

2.7. Devletin Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Sağlamadaki Rolü

Bir önceki başlıkta kamu kurumlarında da kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının kamu örgütlerine fayda sağlayacağı aktarılmıştı. Ancak burada dikkat edilmesi gereken bir nokta da devletin bizzat kendisi hem bir hakem hem de bir oyuncu rolündedir. Bu nedenle bir hakem olarak da piyasanın sosyal sorumluluğa ilişkin faaliyetlerini düzenleme ve denetleme rolü vardır.

Dünyanın her bölgesinde ve her seviyesindeki kamu yöneticileri, sürdürülebilirlik sorununu ele almanın önemi ile giderek daha fazla yüzleşmektedirler. Kamu politikası tartışmalarında sürdürülebilirliğin dili giderek daha fazla ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilirliğin zorlukları ve fırsatlarıyla yüzleşmek, yerel gündemlerin ötesine geçen bir zorunluluk haline gelmektedir.

2.8. Örgütsel Bağlılık ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), son yıllarda ticari faaliyetlerin giderek daha önemli bir yönü haline gelmektedir. KSS Bir şirketin ekonomik, sosyal ve çevresel sorumluluklarını dengeleyerek sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunma çabalarını ifade etmektedir. Ticari kuruluşların sosyal açıdan sorumlu stratejiler izlemesi için artan zorunluluk (Kapstein, 2001), bu tür stratejilerin dış ve iç paydaşların davranışları üzerindeki etkisi hakkında soruları gündeme getirmiştir.

Örgütsel bağlılık, çalışanların örgütleriyle özdeşleşme ve bağlılık duygusu hissetme derecesi olarak tanımlanmaktadır. İş doyumu, motivasyon ve çalışan bağlılığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu gösterilmiştir. Öte yandan, kurumsal sosyal sorumluluk, bir şirketin çalışanları, müşterileri, toplulukları ve çevre dahil olmak üzere paydaşlarına karşı etik ve ahlaki yükümlülüklerini ifade etmektedir. Bu yükümlülükler, hayırsever bağışlar, sürdürülebilir uygulamalar ve sosyal aktivizm gibi çeşitli girişimler yoluyla yerine getirilebilir. Yapılan araştırmalar, örgütsel bağlılığı etkileyen bir takım faktörler olduğunu ve bireyin kendi kişisel özellikleri, yaptıkları işin özellikleri ve iş deneyimleri kadar, yönetimin etkileme kapasitesinin de çalışan bağlılığını etkileyen faktörler arasında yer aldığını göstermektedir. Örgütün sosyal, toplumsal ve çevresel olaylara karşı göstereceği hassasiyete yönelik sinyallerin

çalışanların bağlılığı üzerinde olumlu bir etki yaratacağı ifade edilebilir (Gündoğdu ve Şeşen, 2022: 104).

Örgütsel bağlılık ile kurumsal sosyal sorumluluk arasında olumlu bir ilişki olduğunu öne süren araştırmalarda; şirketlerini sosyal açıdan sorumlu olarak algılayan çalışanların, kuruluşlarıyla daha fazla gurur duyma, daha yüksek iş tatmini seviyelerine sahip olma ve şirkete karşı daha fazla sadakat gösterme olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuştur (Brammer vd., 2007). Bunun nedeni, KSS girişimlerinin bir şirketin itibarını artırabilmesi ve özellikle sosyal açıdan daha bilinçli olan genç nesil arasında olmak üzere potansiyel çalışanlara cazip gelebilmesidir. Ayrıca, kuruluşlarına bağlı olan çalışanların KSS girişimlerini destekleme ve bunlara katılma olasılıkları daha yüksektir. Bunun nedeni, şirketin değerlerine ve hedeflerine inanma olasılıklarının daha yüksek olması ve dolayısıyla bu değerlerle uyumlu davranışlarda bulunma olasılıklarının daha yüksek olmasıdır. Bu şekilde, KSS girişimleri, örgütsel bağlılığı güçlendirmenin ve çalışanlar arasında ortak bir amaç duygusunu geliştirmenin bir yolu olarak hizmet edebilir.

Öte yandan, kurumsal sosyal sorumluluğun eksik olması da çalışanların tutum ve davranışları üzerinde olumsuz sonuçlar doğurabilir. Çalışanlar, şirketlerinin sosyal sorumluluklarını ihmal ettiğini algıarlarsa, kuruluşlarıyla daha az gurur duyabilir ve ona daha az bağlı hale gelebilirler. Bu, daha düşük iş tatmini seviyelerine ve daha yüksek devir oranlarına yol açabilir ve bu da sonuçta şirkete zarar verebilir.

Örgütsel bağlılık ile KSS arasındaki ilişkinin tek yönlü olmadığını da not etmek önemlidir. KSS girişimleri örgütsel bağlılığı artırabilirken, yüksek düzeyde bir örgütsel bağlılık da KSS girişimlerinin benimsenmesini sağlayabilir. Bunun nedeni, kararlı çalışanların hem şirket içinde hem de şirket dışında KSS girişimlerini savunma ve destekleme olasılıklarının daha yüksek olmasıdır (Brammer, 2007: 1714). Ek olarak, KSS normatif bağlılığa pozitif etkisine dair güçlü kanıtlar sunmaktadır (Guyen ve Tu, 2020).

Araştırmalar, örgütlerin sosyal sorumluluğunun, çalışanların ve ailelerinin iyiliğine yönelik faaliyetleri içermesi nedeniyle, örgüt düzeyinde çalışanların bağlılığını artırdığını göstermektedir. Moskowitz (1972), Albinger ve Freeman (2000), Patterson (2004) ve Barmer ve diğerleri (2007) gibi çalışmalar örgütsel sosyal sorumluluğun çalışan bağlılığını artırdığını vurgulamıştır.

- Lee ve Berveld (2003), sosyal sorumluluğun bileşenleri ile iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Elde ettikleri sonuçlar, Örgütsel sosyal sorumluluğun iş tatminini ve örgütsel bağlılığı artırdığını göstermiştir.
- Whittle ve arkadaşları (2008), etik ilkeler ile örgütsel bağlılık arasındaki güçlü ilişkiyi vurgulamıştır.
- Lu ve arkadaşları (2008), Çin ve Amerikan şirketlerinde sosyal sorumluluğun sonuçlarını araştırmışlardır. Araştırmalarının sonucu, Çin ve Amerikan şirketlerinde sosyal sorumluluğun işe bağlılıkla pozitif bir ilişkisi olduğunu gösterdi.
- Peterson (2004), çalışanların örgütlerinin sosyal sorumluluk için harekete geçtiğini hissettiklerinde bağlılıklarının arttığını göstermiştir.
- Elisha ve Su Kong (2010) içsel Örgütsel sosyal sorumluluk ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. İnceledikleri sosyal sorumluluğun bileşenleri şunlardır: eğitim ve öğretim, insan hakları, güvenlik ve sağlık, iş yaşam dengesi ve işyerinde çeşitlilik. Sonuçlar, örgütsel sosyal sorumluluğun çalışan bağlılığını artırdığını göstermiştir.

Kısaca, örgütsel bağlılık ile kurumsal sosyal sorumluluk arasında açık ve pozitif bir ilişki bulunmaktadır. KSS girişimleri bir şirketin itibarını artırabilir, çalışanların gururunu ve bağlılığını artırabilir ve çalışanlar arasında ortak bir amaç duygusu geliştirebilir. Aynı zamanda örgütsel bağlılık, KSS girişimlerinin benimsenmesini sağlayabilir ve bir şirketin değerlerini ve hedeflerini güçlendirebilir. Bu nedenle, KSS'ye öncelik veren ve bir kurumsal bağlılık kültürü geliştiren şirketlerin hem çalışanları açısından hem de kâr maksimizasyonu bakımından fayda sağlaması mümkündür.

2.9.Afganistan Kamu Yönetimi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Birçok ülkede olduğu gibi Afganistan kamu yönetimi de kurumsal sosyal sorumluluk kavramına eğilmeye başlamıştır. Bu çalışmanın konusu ve kapsamı gereği özellikle de Afganistan Doğal Kaynaklar Daire Başkanlığının örgütsel yapısı üzerinden bir değerlendirme yapılacaktır.

Afganistan'daki modern ve yeni örgütsel sosyal sorumluluk kavramı, hiçbir aktör için ciddi bir şekilde bahsedilmese de, bu kavram Afganistan şirketleri için bağış, Qarz al-Hasna kredileri, sermayenin ataerkil rolü gibi kavramlar şeklinde kullanılmaktadır. sahipleri, hayırsever bağışları vb. Bireysel ve kişisel ve ahlaki ve örf ve adetlere dayalı değerler geçmişten beri var olmuştur. Hükümet için örgütsel sosyal sorumluluk, son yıllarda sürdürülebilir kalkınma kavramında ortaya çıkmış ve Afganistan'daki Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) gibi uluslararası kuruluşlar, Milenyum şeklinde Afganistan şirketlerinin yöneticileri arasında bunu tanıtmaya çalışmışlardır (Omidvar, 2007; s. 45-46).

Şimdi Afganistan'da ekonomik alanın özgürlüğü ve bazı endüstrilerin daha rekabetçi hale gelmesi gibi faktörler, şirketlerin çalışanlarına, tüketicilere ve topluma karşı sorumluluk gibi kategorilere dikkat etmelerine ve planlarında bu paydaşların çıkarlarını göz önünde bulundurmalarına neden oldu. Şu anda, bir yönetim kavramı ve süreci olarak mevcut haliyle bu kavram çok taze ve yenidir ve şirketler genellikle yolun başındadır. Ayrıca, bir yandan Afganistan'ın ekonomik-politik ortamına hakim olan ekonomik-sanayi yapısı, şirketlerin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin maliyetini hesaba katmanın yanı sıra, onları rekabet ortamının dışında bıraktığını düşünecek şekildedir. Elinde, birçok şirkette asgari düzeyde vardır. Devlet şirketlerinde çalışanların ve tüketicilerin haklarına, hissedarların ve sahiplerin haklarına saygı göstermezler. Çok geniş ve çeşitli araçlara sahip olması ve şirketleri bu minimum değerlere uymaya teşvik edebilmesi nedeniyle hükümetin rolü burada önem kazanmaktadır. Son yıllarda KSS alanında özel sektör, devlet sektörü, sanayi kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları tarafından yerel ve uluslararası çok sayıda ve dağınık eylemler ve bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde iş dünyasının ve özel sektörün rolü gibi ilgili konularda, Binyıl Kalkınma Hedefleri, özel sektörün rolü Sürdürülebilir kalkınmada şirketler organizasyonel mükemmelliğe doğru ilerlemiştir.

Tablo 2. KSS ile ilgili Afganistan 'da KSS ile İlgili Gerçekleştirilen Eylemler

Aktör	Alınan önlemler
Birleşmiş Milletler	Ulusal Binyıl Kalkınma Hedefleri Komitesi, özel, sanayi ve ticaret kuruluşları, devlet yetkilileri ve sivil toplum kuruluşlarının oluşturulması. Binyıl Kalkınma Hedefleri başlığı altında özel sektör yöneticilerinin katılımıyla ülke illerinde bir veya birkaç gün süren seminerler düzenlemek. Küresel anlaşma alanında bir dizi gönüllünün eğitilmesi. Binyıl Kalkınma Hedeflerinin gerçekleştirilmesine ülkenin başkentinde nasıl katılabilecekleri konusunda devlet yöneticilerine ve sivil toplum kuruluşu üyelerine yönelik eğitim çalışmaları düzenlenmesi.
Sanayi kuruluşları	Ülkedeki ilk Örgütsel sosyal sorumluluk konferansını düzenliyor. Nama planı olarak bilinen örgütsel sosyal sorumluluğun örgütselleşme planını gündeme getirmek. Örgütsel sosyal sorumluluk ile ilgili konularda üyelere yönelik eğitim seminerleri düzenlemek. Küreselleşme çağında bir iş etiği konferansı düzenlemek.
Devlet	Şirketleri organizasyonel mükemmelliğe taşımak için Sanayi Bakanlığı tarafından EFQM ulusal verimlilik ve organizasyonel mükemmellik ödül planının uygulanması. Şirketlerin yönetim süreçlerini EFQM modeline doğru ilerletmek amacıyla İnsan Kaynakları ve Verimlilik Çalışmaları Enstitüsü'nün kurulması, Sosyal Sorumluluk 8000 standardını derlemek. Standard Institute adına, şirketleri çevre sorunlarına uymaya teşvik etmek ve zorunlu kılmak için cezalandırıcı, güçlendirici, teşvik edici ve sembolik politikalar hazırlamak. Yürütme organlarına ve devlet şirketlerine çevre sorunlarına saygı gösterilmesine ve sürdürülebilir kalkınma amacıyla makro hükümet politikalarının oluşturulmasına dikkat etmek için tüm bakanlıkların katılımıyla Ulusal Sürdürülebilir Kalkınma Komitesi'nin oluşturulması; ve "Yeşil Endüstriler" adı altında konferanslar düzenlemek için "Yeşil Endüstriler" sertifikası verilmesi. Yeşil Film Festivali'nin düzenlenmesi. Şirketlerin çevre sorunlarına uymalarına yardımcı olmak için Ulusal Çevre Koruma Fonu'nun kurulması. Çalışma ve İnsana Yakışır İş Bakanlığı tarafından, şirketlerin çalışanlarının haklarına saygı duymaları için ulusal sosyal kalkınma

	<p>programı taslağı hazırlanmaktadır. Ülke şirketlerinin müşteri ve tüketici haklarına saygı göstermesi için sendikalar kanunu, tüketici haklarını koruma kanunu ve Ticaret Bakanlığı tarafından şirketlere tüketici hakları sertifikaları ve statülerinin derlenip onaylanması. Borsa organizasyonunda Örgütsel yönetim düzenlemelerinin derlenmesi ve onaylanması. Daha fazla vergi toplamak için Refah Bakanlığı'nda yasa tasarısı hazırlamak. Kirletici endüstriler ve şirketler. Küreselleşme Araştırmaları Merkezi tarafından iş etiği başlıklı kitapların yayınlanması.</p>
Sivil toplum örgütleri	<p>Bazı sivil toplum kuruluşlarının ekonomik işletmelerin performanslarından kaynaklanan çevre felaketlerine kamuoyunun dikkatini çekmek için yaptıkları eylemler. Örgütsel sosyal sorumluluğun teşviki için bir merkez oluşturmak. İnsan kaynakları güçlendirme vakfının kurulması.</p>
Medya	<p>Sarmayeh gazetesinin konuya ilgisi Ülkedeki yönetim yayımlarında KSS bilimsel ve akademik makaleleri.</p>
Şirketler	<p>Ulusal organizasyonel mükemmellik ödülünü kazanma yarışması nedeniyle şirketlerin EFQM modeli perspektifinden örgütsel sosyal sorumluluk konusuna dikkat etmesi. En iyi Afganistanlı şirketler tarafından etik kuralların derlenmesi. Afganistan'ın önde gelen şirketlerinin tüketicilerin ve müşterilerin haklarına saygı duyma yönündeki hareketi. Bazı firmalar tarafından sosyal sorumluluk standart belgesi alınması.</p>

Kaynak: (Omidvar, 2007; s. 45-46)

Afganistan şirketleri örgütsel sosyal sorumluluk, asgari sorumluluk, sorumsuz ve yasadışı, stratejik ve eksik olmak üzere dört kategoriye ayrılabilir.

Birinci kategori: Sorumsuz

Bu kategorideki şirketler asla geleneksel yasa ve geleneklere ve genel kabul görmüş standartlara uymazlar. Mal kaçakçılığı yapan veya göçmen işçileri sömürmeye

çalışan ve genellikle sağlık ve güvenlik, ücretler ve çalışma saatleri gibi yasal standartları ihlal eden şirketler bu kategoridedir.

İkinci kategori: asgari sorumluluğa sahip olmak

Bu kategorideki şirketlerin eyalet ve yerel yasalarla asgari düzeyde çatışması vardır. Başka bir deyişle, bu şirketler üretim güvenliği, asgari ücret, eşit istihdam olanakları, işçi sağlığı vb. yasalara bir dereceye kadar uymamakta ve devlet yasalarının herhangi bir zorlama ve gerekliliği yoksa, bunlara uymamakla kalmıyorlar. ancak riayet edilmesini kendileri için ek bir maliyet olarak görürler. Bu hukuki ihtilafın ötesinde sosyal sorumluluk olarak adlandırılabilir herhangi bir faaliyette bulunmazlar. Örneğin bazı maden şirketleri bu kategoridedir.

Üçüncü kategori: tamamlanmamış

Bu kategorideki şirketler, devlet yasalarıyla açıkça çelişmemekte ve sosyal sorumluluk alanında değerlendirilen sınırlı sayıda faaliyete katılmaktadır. Örneğin bu şirketler grubu kimi zaman hayır örgütlerine bağışta bulunur, sosyal etkinliklere katılır, çalışanlarının çocukları için gündüz bakımevi kurar, kimi zaman da ürün kalitesini yükselterek ISO 9000 belgesi alırlar. Bu şirketler için sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılım, uzun vadeli bir stratejiden ziyade eksik ve geçici bir şeydir. Hiçbir zaman tutarlı ve gönüllü bir şekilde hareket etmezler ve bu konularda inisiyatif almazlar. Ayrıca, bu şirketlerin sosyal bağlılığı çok az, kademeli ve çoğu zaman motivasyonlardan kaynaklanmaktadır. Bazı durumlarda, bu güdüler kâr odaklıdır. Örneğin, işçilerin maaşlarını becerilerini geliştirmek için artırdıklarında, bu teşvikler tamamen kişisel olabilir veya sevilen bir hayır örgütüne katılım ve işbirliği tamamen kişisel bir teşvik olarak kabul edilebilir. Afganistan'ın önde gelen şirketlerinin çoğu bu kategoridedir (Amidvar, 2008; s. 47-48).

Dördüncü kategori: stratejik

Bu şirketlerin özelliği, çeşitli alanlarda üstün performans için sistematik bir duruş, stratejik veya araçsal güdülerle, yani şirketin finansal performansını artıracığına inandıkları alanları özel olarak kapsadıkları anlamına gelir. Örneğin, bu kategorideki çoğu şirket tarafından hedeflenen kilit bir alan, insan kaynakları yönetimi, seçim gücünü artırma, bakım (çalışanlar) ve çalışanlar arasındaki rekabeti

izleme konusudur. Müşterilere yanıt verme, bir sonraki anahtar alandır. Bu alan, tüketici ihtiyaç değerlendirmesi, tüketiciler arasında ürün geri bildirimini ile ilgili periyodik anketler, tüketici sorunlarının hızlı çözümü ve özel hizmetlerin ve özel ihtiyaçların tanıtılması gibi konuları içerir. Ürün veya hizmetlerin kalitesi bir sonraki alan olabilir. Bu aşamada stratejiye göre alınır. Şirketin TKY, ISO 9000 sertifikaları veya şirketin süreç ve yapıları sosyal sorumluluğa uygunluk gerektirse de, bu sertifikayı alarak daha güçlü ortakları çekebilir. Bu kategorideki şirketlerin genellikle güçlü etik politikaları vardır. ISO 14000 gibi programlar, geri dönüşüm programları, atık kullanımına yönelik çözümler üretme ve yeşil ürünleri daha da geliştirme gibi yöntemlerle çevre ile uyumlu olmanın yollarını arıyorlar. Sosyal çevre ile işbirliği genellikle başka bir amaçtır ve komşu şirketin iyi bir vatandaş olduğu anlamına gelmez, ancak yerel toplumu iyi çalışanları çekmek ve tutmak için hazırlamak anlamına gelir. Bu tür faaliyetler çeşitli kapsamlara sahip olabilir. Örneğin yol yapımı, trafiğin çözülmesi, okulların yapımında işbirliği, sağlık hizmetlerinin geliştirilmesi gibi eylemler bu tür eylemler olarak değerlendirilmektedir. Bu kategorideki şirketler genellikle özgecil faaliyetleri finansal olarak destekler. Ekonomik, sosyal ve kültürel yapısı zayıf, devletin kapsamlı müdahalesi ve azami mevcudiyeti, belirsiz mülkiyet hakları, zayıf altyapı ve yolsuzlukların ekonomik faaliyetlerin önündeki başlıca engeller olarak görüldüğü ülkelerde cesurca söyleyebiliriz: üç faktör; Yolsuzluk, zayıf altyapı ve belirsiz mülkiyet hakları hükümetin etkisizliğinin sonucudur (Partner Brothers, 1999, s. 49).

Gelişmekte olan birçok ülkede hükümet, yasal dayanak, barışçıl ve istikrarlı bir siyasi ortam yaratma, temel sosyal hizmetler sağlama ve savunmasız grupları sağlama ve destekleme dahil olmak üzere sosyo-ekonomik ilkeleri henüz sağlamadı ve oluşturmadı. Aynı zamanda, özel pazarların sağlayabileceğinden daha fazla mal ve hizmet sağlar. Öte yandan, çevrenin korunması, Örgütsel sorumluluğun teşvik edilmesi, üreticilerin sorumsuzluğuna karşı tüketici haklarının savunulması gibi pek çok faaliyette devlet düzenleyici görevlerini yerine getirebilmek için devletin bürokrasisini genişletip bırakabilecek birçok engelle karşılaşmaktadır. hükümet yöneticilerinin takdirine açıktır. Bu gibi durumlarda, her düzeydeki devlet memuru, toplumun kendilerinden beklediğinin değil, kendi istediklerinin peşinden gidecek ve toplumun çıkarları yerine kişisel çıkarlar hükümetin mutlak gücü tarafından

sağlanacaktır. Ne yazık ki, gelişmekte olan ülkelerde hükümet sadece arabulucu ve tarafsız bir rol oynamakla kalmıyor, aynı zamanda farklı alanlardaki çeşitli bölünmeler ve çoklu çıkarlar nedeniyle, ekonomik alanda çelişkili bir şekilde yararlanıcı ve aktif bir oyuncu olarak hareket ediyor. Devlet yöneticilerinin vurgunculuğu, ekonomik faaliyetleri müreffeh hale getirmekte ve bazı ekonomik girişimler için sorumsuzluğa neden olmaktadır. Hatta birçok yönetici, kişisel çıkarlarını kamu çıkarlarına hizmet eden politikalar şeklinde ortaya koyar ve onaylar. Hükümetin ekonomik alanda mantar gibi büyümesi, hükümetin kabarması ve devlet şirketlerinin artan büyümesi, devlet bürokratları için her türlü reform ve rasyonelleştirme girişimini engelleyen birçok fayda yarattı. Devlette iktidar tekelinin varlığı, hükümetin ekonomik faaliyetlere keyfi müdahalesinin şaşırtıcı gücü ve bilgi rantlarına erişim, devlet bürokratlarına kamu çıkarlarını azaltmak pahasına çıkarlarını, arkadaşlarını ve sırdaşlarını artırma konusunda birçok fırsat yaratmıştır. . Bu nedenle, her ülke, kamu yararına hizmet etmek için devlet organlarında gerekli esnekliği ve motivasyonu yaratan ve aynı zamanda vatandaşlarla ve hatta bazı şirketlerle uğraşırken keyfi, yolsuz ve rant kollayıcı davranışları azaltan mekanizmalar kurmalıdır. Tabii ki, şu noktaya da değinmek gerekir ki, bazen piyasanın gücü, yerli şirketlerin veya çok uluslu şirketlerin, hükümeti genelin çıkarlarına hizmet etmek yerine belirli bir grubun çıkarlarına hizmet etmesi için hükümete baskı yapmasına izin verebilir. Bu nedenle, hükümet ve resmi örgütler için temel zorluk, uygun koruyucu önlemleri kullanarak ve kamu çıkarlarından ödün verilmemesini sağlayarak özel sektörün koruyucu ve olumlu önlemlerini almaktır. Böyle bir ortamda örgütsel sorumluluk, geri dönüşü olmayan bir maliyet politikası olarak görülmekte ve böyle bir politikanın benimsenmemesi nedeniyle rakiplerin daha fazla pazar payı almasına neden olmaktadır. Genel olarak, çatışan hükümet politikaları, şirketleri ve yöneticileri, verimsiz ve zaman alıcı ekonomik ilişkiler ağına dahil eder. Dünya Bankası tarafından yayınlanan kuruluşların sosyal sorumluluğuna ilişkin bir rapor, Orta Doğu ülkelerindeki şirket yöneticilerinin %40'ının zamanlarının %15'inden fazlasını kanunlar ve düzenlemeler konusunda hükümet yetkilileriyle müzakere ederek geçirdiğini göstermektedir (Partners Brothers, 1999, s. 50).

Gelişmekte olan ülkelerde, sivil toplumun zayıflığı ve sivil toplum kuruluşlarının parçalanması ve parçalanması nedeniyle hükümet, kapasite artırarak ve

sivil toplum kuruluşlarını güçlendirerek bu sektörü politikalarının tamamlayıcı bir kolu olarak kullanabilir ve şirketler ağırlıklı olarak bunları izler. Hükümetin izleme konusundaki uzun geçmişi nedeniyle bunu memnuniyetle karşılıyorlar. İlginçtir ki gelişmiş ülkelerde güçlü ve bilgili bir sivil toplumun varlığı ve sivil toplum kuruluşlarının şirketler üzerindeki yoğun denetimi nedeniyle devletin yanında yer almayı tercih etmektedirler. Yazar tarafından yapılan bir ankette, Afganistanlı yöneticilerin hükümetin müdahaleci politikalarından her zaman şikayet etmelerine rağmen, yanıt veren yöneticilerin çoğunluğu örgütsel sosyal sorumluluk konusunda yasa ve yönetmeliklerin hazırlanmasında hemfikir; Öyle ki, yöneticilerin %75'i örgütsel sosyal sorumluluk kanununun hazırlanmasından yanaydı ve yöneticilerin %92'si, örgütsel sosyal sorumluluğun teşvik edilmesinde hükümet ve hükümet politikalarının rolünü çok önemli olarak değerlendirdi. Ayrıca, %56'sı hükümeti örgütsel sosyal sorumluluğu teşvik etmede en önemli örgüt olarak değerlendirirken, %37'si şirketlerin örgütsel sosyal sorumluluk alanındaki faaliyetlerini izleme sorumluluğunu Standart ve Endüstriyel Araştırma Enstitüsü'nün sorumluluğu olarak görmektedir.

2.9.1. Afganistan'da Örgütsel Sosyal Sorumluluğun Teşvik Edilmesinin Kolaylaştırılmasını Etkileyen Faktörler

Afganistan'da sosyal sorumluluğun şirketlerin döngüsüne ve yönetim yapısına dahil edilmesinde dört faktörün etkili olabileceği görülüyor: sivil toplum ve devlet örgüt ve kuruluşları, çok uluslu şirketler, kamu şirketleri.

2.9.1.1.Halka açık anonim şirketler

Afganistan'daki halka açık şirketler, bir yandan iç yapıları nedeniyle bir tür demokratik yapı gösteriyor Ve şirketin yönetiminde çok sayıda hissedar rolüne sahip olan ve ekonomik-sosyal güce sahip olan bu şirketler, Afganistan'daki diğer şirketlerden daha fazla sosyal sorumluluk rolünü oynamak için gerekli yeteneğe sahiptir. Bu özellikleri bu şirketleri topluma karşı sorumluluklarını yerine getiren şirketler arasında ön sıralarda yer almasını sağlamıştır. Genel olarak, halka açık şirketler toplumla daha kolay etkileşime girebilir, sosyal sorunların çözümüne katılabilir ve kendilerini sorumlu olmaya zorlayabilir. Öte yandan borsa kuruluşu, sosyal sorumluluğu teşvik etmek, şirketleri sosyal taahhüt altına sokmak ve hesap verebilir kılmak için gerekli araçlara da sahiptir. Örneğin borsa kuruluşu, borsaya

kabul edilen halka açık şirketler için sosyal ve çevresel raporlamayı zorunlu hale getirebilir.

2.9.1.2. Çok uluslu şirketler

Dünyanın başka yerlerinde sosyal sorumluluk alanında sahip oldukları birçok deneyim sayesinde bu şirketler, sosyal sorumluluk rolünü üstlenen Afganistanlı şirketlere örnek olabilir; Bu tür şirketler, Örgütsel sosyal sorumluluğun tam ve uygun bir örneği olmasa da. Artık Afganistan'da çok uluslu şirketlerin varlığının artması ve bu şirketlerin faaliyetlerini yoksun bölgelerde yoğunlaştırması, yerli şirketlerin deneyimlerinden yararlanmaları için iyi bir fırsat. Elbette çok uluslu şirketlerin sosyal ve kültürel faaliyetlerine ilişkin Afganistan'da azaltılması gereken hassasiyetlerin olduğunu da belirtmek gerekir.

2.9.1.3. Sivil toplum kuruluşları ve dernekler

Sivil toplum kuruluşları, Afganistan şirketleri arasında bir sosyal sorumluluk kültürü oluşturmada iki şekilde rol oynayabilir: bir yandan bu tür kuruluşlar, şirketlerin gelecekteki yöneticilerinin yetiştirilmesi için bir temel olabilir. Şirketlerin yöneticileri ve karar vericileri, eğer sivil toplum kuruluşlarının hayranı veya üyesiyseler, şirketlerde çıkarlarını mutlaka gözeteceklerdir. Dolayısıyla girişimcilerin, karar vericilerin ve yöneticilerin kişisel çıkarları ve dünya görüşleri şirketleri sosyal sorumluluğa yöneltmekte ve bu sosyal sorumluluk artık olumsuz, yani kamuoyu baskısından kaynaklanan bir sosyal sorumluluk olmaktan çıkmaktadır. Öte yandan, sivil toplum kuruluşları, etkili gruplar aracılığıyla halka açık şirketlerin yapısına nüfuz edebilir ve bir şekilde kamu şirketlerinin sosyal sorumluluğa yönelimini ve eğilimini zorlayabilir veya devlet yetkililerinin ve kamuoyunun farkındalığı yoluyla şirketi bilinçlendirebilir ve Rolünün Sosyal sorumluluklarını yerine getirir.

2.9.1.4. Hükümet

Güç ve zorlamanın tek meşru örgütü olan devlet, terfi, teşvik, cezalandırma ve destekleme politikalarıyla sosyal sorumluluğu şirketlerin iç yapısına sokabilir. Ayrıca sivil toplumla etkileşim kurarak, toplumu şirketlerin sosyal rolü hakkında bilgilendirmeye yönelik tedbirler alabilir. Son yıllarda hükümet üzerine düşen sorumluluğun farkına varmış ve önlemler almıştır. Bu nedenle iş ve sosyal güvenlik kanunları başta olmak üzere destekleyici kanun ve onaylar birçok sosyal sorumluluk

vakasını ele alabilir; Ancak yasalarda ve devlete ait şirketlerin faaliyetlerinin münhasır alanında, devletin sosyal sorumluluk rolünü yerine getirme konusundaki görevlerini yerine getirmediğine tanık oluyoruz. Kapsamlı bir tüketici koruma yasasının olmaması da bir başka örnektir. Örgütsel sosyal sorumluluğu teşvik etmek için Afganistan'daki hükümet bir kolaylaştırıcı olarak hareket etmeli ve bu amaçla kolay yasalar çıkarmalıdır (Omidvar, 2008; s. 56-53).

2.9.2. Afganistan'ın Örgütsel Sosyal Sorumluluk Alanındaki Kamu Politikası Seçenekleri

Politikacıların pozisyonlarında en az üç tür grup aracı ve programı vardır. izleme programlarını, teşvik programlarını, tavsiyeleri ve iknayı içerir. Bu araçların ve alt kümelerinin her birinin farklı bağlamlarda avantajları ve dezavantajları vardır. Farklı politika türleri, farklı güç ve kontrol türleri gerektirir. Aşağıdaki tablo, hükümet için araç türlerini ve politika programlarını göstermektedir. Afganistan'da hem hükümetten hem de iş ortamından şirketlerle ilişkilerde var olan sorunlar nedeniyle, sosyal sorumluluğu teşvik etme alanında politika yapmak için en iyi seçenek, her birini açıkladığımız mevcut araçların bir kombinasyonudur (Gary, 2002).

Afganistan hükümetinin örgütsel sosyal sorumluluğu teşvik etme konusundaki politika oluşturması, politika oluşturma, sorunun kesin olarak anlaşılması veya politika oluşturmanın doğasının ilk adımıdır. Bu nedenle, Afganistan'da sosyal sorumluluğun teşviki alanında politika yapmak için öncelikle aklımızda hangi kavramın olduğunu ve örgütsel sosyal sorumluluğun (KSS) kavramsal kapsamının bizden ne kadar uzakta olduğunu incelememiz gerekiyor? Yerel topluluklara hayırsever katkılarda ve yardımlarda şirketlerin sosyal sorumluluğunu görüyor muyuz? Aklımızda böyle bir kavram varsa, sosyal sorumluluğu teşvik etme alanındaki en iyi politika, bir şirketin "planı", sözde Ticaret Odası tarafından sunulan plandır. Örneğin, Danimarka hükümeti için örgütsel sosyal sorumluluk kavramı şu şekildedir: işgücü piyasasının entegrasyonu, şirketlerin geçici veya uzun vadeli işsizlik ve işgücü piyasası alanında politika oluşturma sorumluluğu. Danimarka hükümetinin programının hedefleri, örgütsel sosyal sorumluluğu teşvik etmek, işgücü piyasasının uzun vadeli işsizliğe karşı entegrasyonunu iyileştirmek ve çalışma kısıtlamalarını azaltmaktır. Bu şekilde hükümet, geleneksel olarak kamusal meseleler olarak görülen ve devletin münhasır

görevleri olarak kabul edilen sorunlardan ticari örgütleri sorumlu kılmıştır. Bu durumda örgütsel sosyal sorumluluk, devlet ile piyasa arasındaki geleneksel bağları koparır ve özel sektör ile devlet arasındaki sorumlulukların bölünmesini gerektirir. Bu sayede şirketler, işsizliğin, özellikle uzun süreli işsizliğin ve çalışma ortamına verilen zararın ve işgücü piyasası ile ilgili tüm sorunların sorumluluğunu üstlenmekte; Uzun süreli işsizliği önlemek için hükümetle işbirliği yapmak, işçi ve işsizlerin eğitimi gibi sorumluluklar. Danimarka hükümeti bu politikada o kadar ileri gitti ki artık örgütsel sosyal sorumluluğa gelecekte işgücü kıtlığını önlemek için bir plan olarak bakıyor. Örgütsel sosyal sorumluluğu teşvik etmek için politika oluşturma alanındaki ikinci adım, bir yandan devletin, şirketlerin ve özel sektörün potansiyel ve yeteneklerine ve diğer yandan alınan önlemlere dikkat etmektir. Örneğin Afganistan'da gelenek ve dinin renkli rolü nedeniyle, yöneticilerin hesap verebilirliği ve sosyal sorumluluğu kabul etme motivasyonları hem ahlaki faktörlerden hem de pragmatizmden etkilenmiştir. Bu iki faktör, örgütsel sosyal sorumluluğun teşvik edilmesinde bir model olarak düşünülmelidir.

Dikkate alınması gereken üçüncü nokta, Afganistan'da örgütsel sosyal sorumluluğu teşvik etmek için yalnızca gönüllü doğasına güvenilemeyeceğidir. Gönüllü sosyal sorumluluk, özgür kontrol sorunları yaratır. Çevresel aksaklıkları telafi etmek ve kamu çıkarlarına zararlı bazı durumlar için standartlar uygulamak için zorunlu yasa ve düzenlemelere hala ihtiyaç duyulmaktadır. Birçok Afganistanlı şirket, hak sahiplerinin asgari standartlarını ve asgari haklarını hala gözetmiyor, bu nedenle gönüllü faaliyetlerle sosyal sorumluluk yapmalarını bekleyemeyiz. Ayrıca Afganistan'da şirketler arasındaki kazan-kazan oyununun politikaları ve kuralları oluşturulmadığı için, sosyal sorumluluğun sadece gönüllü doğasına güvenilemez ve gönüllü ve isteğe bağlı faaliyetler, hükümet yasalarının etkili bir ikamesi olarak kabul edilemez.

Dördüncü nokta, örgütsel sosyal sorumluluğun şirketlere rekabet avantajı sağlayabilecek bir iş stratejisi ve iş değeri olarak sunulması gerektiğidir. Ayrıca bu kavramı yaygınlaştırmak için şirketin ekonomik, sosyal ve politik paydaşlarla iletişim stratejileriyle ilişkilendirdi. Diğer bir nokta ise, sosyal sorumluluğu teşvik etmek için tek tip bir politikaya güvenilemeyeceği, ancak karmaşık bir dizi teşvik, cezalandırma, yetkilendirme, izleme, ikna etme ve motive etme politikalarının kullanılması

gerektiğidir. Örgütsel sosyal sorumluluğun çalışanlar, tüketiciler, toplum ve devlet alanlarında yasal, etik ve insani sorumluluklara bölünmesi ile sosyal sorumluluk faaliyetlerinin uygulama sürecini daha hızlı izlemek ve gerekli düzenlemeleri derlemek mümkündür. Örneğin, çalışanların çalışma ortamının sağlığı ve güvenliği veya tüketici hakları gibi alanlarda örgütsel sosyal sorumluluk söz konusu olduğunda, hükümetin sıkı düzenlemeler yapması veya denetim kollarını güçlü bir şekilde güçlendirmesi gerekmektedir (Omidwar, 2008; s. 62). -64).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ALAN ARAŞTIRMASI

Alan araştırması yapılırken; toplanan bilgilerin özelliklerini en iyi analiz edebilecek ve raporlayabilecek yöntem veya yöntemlerin seçilmesi önemlidir. Herhangi bir araştırmanın en önemli kısmının pratik çalışma olduğu ve bilgilerin nasıl toplanacağı ve toplanan bilgilerin nasıl analiz edileceğidir. Bu bölümde, araştırmanın amacı dikkate alınarak araştırma yöntemi belirtilmiş, istatistiksel evren ve belirli örneklem seçilerek ve anket dağıtılarak, araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilerin keşfedilebilmesi ve tanımlanabilmesi için veriler toplanmıştır.

3.1.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı örgütsel bağlılık ve kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu kapsamda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu olan ekonomik boyut puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu olan yasal boyut puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu olan ulusal boyut puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile kurumsal sosyal sorumluluk alt boyutu olan ahlaki boyut puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

3.2.Araştırmanın Kapsamı

İnsanlar hayatlarını sürdürmek için çalışmak zorundadır ve günümüzde çalışma hayatı çalışanların hayatlarının önemli bölümünü kapsamaktadır. Bu kapsamda işyerinde geçirilmekte olan zaman dilimlerinin verimli olması örgütler için önemli bir kriter olarak kabul edilmektedir. Sonuç olarak çalışanların verimli olması için işverenlerin sadece iş sağlamları yeterli değildir. Bununla birlikte çalışanları örgütlere bağlayacak örgüt dışı alternatif iş fırsatlarını da değerlendirmeleri

gerekmektedir. Bu uygulamalar örgütsel devamlılığı sağlama konusunda etkili sonuçlar ortaya koyabilmektedir (Çekmecelioğlu ve Dinçel, 2014, s,80).

Sosyal imkanlar, ücret, kariyer fırsatları gibi uygulamalar çalışanların örgütsel bağlılıkları olumlu şekilde etkilemektedir. Aynı zamanda örgütlerin toplum refahını ve sağlığını tehlike altına atmayacak, toplumsal sorunlara duyarlı aktif roller üstlenmesi de gerekmektedir. Son dönemde örgütler sosyal sorumluluk konularında daha hassas davranmaya başlamıştır. Örgütlerde kalma kararlarının ve örgütsel bağlılığın oluşmasında etkili olan faktörlerde biri de kurumsal sosyal sorumluluk olarak kabul edilmektedir. Sonuç olarak örgütlerin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışlarının çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini iyileştirmede etkili olduğu düşünülmektedir (Erden, 2014).

3.3.Araştırmanın Önemi

Örgütsel bağlılık ve sosyal sorumluluk kavramları son yıllarda hem akademisyenler hem de uygulamacılar tarafından dikkat çekmeye başlamıştır. Bu kapsamda literatürdeki çalışmalara bakıldığında; örgütler için en önemli kaynaklardan biri olan çalışanların örgütlere bağlılıklarının hangi faktörlerden etkilendiğini ortaya koymak amacı ile yapılan çalışmalara rastlanmıştır. Aynı zamanda örgüt devamlılığı sürecinde önemli faktör olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramı da araştırmacıların dikkatini çeken bir kavram olmuştur. Bu kavramların araştırmacılar tarafından dikkat çekmesinin önemli neden ise örgüt başarısı ile doğrudan ilişkisi olmasıdır. Örgütsel bağlılıkları düşük seviyede olan çalışanların örgütlere maliyetleri, örgütsel bağlılıkları yüksek seviyede olan çalışanlardan daha fazladır. Bunun nedeni ise çalışanların işlerini bırakması, yeni çalışanların işlerini öğrenmesi, çalışma ortamlarına uyum sağlaması gibi etmenlerin örgütleri maddi, manevi olumsuz etkilemesidir. Bu çalışma, literatürde Afganistan kamu kurumlarına ilişkin çok az sayıda kaynak olması sebebi ile önem taşımaktadır. Bu araştırmanın örgütsel bağlılık ve sosyal sorumluluk arasındaki ilişkiyi ortaya koyması kapsamında literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.4.Araştırmanın Yöntemi

Araştırma yöntemleri türleri, kullanım türüne göre araştırma yöntemleri (temel araştırma, uygulamalı araştırma ve gelişimsel araştırma) ve veri toplama yöntemine

göre araştırma yöntemleri (tarihsel araştırma, betimsel araştırma, tarama araştırması, alan araştırması, uygulamalı araştırma) teorik ve benzeri) olarak ikiye ayrılır. İnsan ihtiyaçlarını karşılamak ve refah ve rahatlığı geliştirmek ve insan yaşamının seviyesini iyileştirmek için araçları, yöntemleri, nesnelere ve modelleri iyileştirmek ve optimize etmek için temel araştırma yoluyla sağlanan bilişsel arka planı ve bilgileri kullanan uygulamalı araştırma (Hafız Nia, 1382: 52-51).

Betimsel araştırmada araştırmacı öznenin nasıl olduğunu araştırır ve fenomenin, değişkenin, nesnenin veya öznenin nasıl olduğunu bilmek ister. Başka bir deyişle, bu araştırma mevcut durumu inceler ve mevcut durumunun düzenli ve sistematik bir şekilde betimlenmesiyle ilgilenir, özelliklerini ve özelliklerini inceler ve gerekirse değişkenler arasındaki ilişkiyi inceler.

Mevcut araştırma, mevcut koşullarda değişkenler arasındaki ilişkileri araştırmak ve bilmekle ilgili olduğu için betimsel-anket araştırması olarak sınıflandırılmıştır. Bu çalışmada Afganistan Doğal Kaynaklar Dairesi Başkanlığı çalışanlarına anket uygulanmıştır.

3.5.Araştırmanın Evreni

İstatistiksel popülasyon, en az bir ortak özelliği olan örneklem gurubudur. Araştırılan her topluluğun kapsamı araştırmacı tarafından topluluk tanımına göre belirlenmektedir. Topluluğun tanımı, o topluluğun üyelerinin sahip olduğu bir veya daha fazla önemli ortak özelliğin seçilmesi yoluyla araştırmanın amacına dayalı olarak yapılmaktadır.

Bu araştırma Afganistan Doğal Kaynaklar Dairesi Başkanlığı kurumunda çalışan personele uygulanmıştır. Bu araştırmanın evreni çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Afganistan Doğal Kaynaklar Dairesi Başkanlığı'nın 200 idari personel oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğünü belirlemek için Morgan tablosu kullanılmıştır. İstatistiksel evrenin büyüklüğüne göre (200 kişi) örneklem büyüklüğü 132 olmuş ve son olarak araştırmacı tarafından 126 anket değerlendirmeye alınmıştır.

3.6. Veri Toplama Araçları

Araştırmacı tarafından araştırma hipotezlerini hazırlanıp düzelttikten ve araştırma hedeflerini belirlendikten sonra; veri toplama süreci için uygun araçların seçilmesi gerekmektedir. Veri toplama, araştırmadaki en önemli adımlardan biridir. Bilgi toplarken araştırmacı öncelikle bilgi toplamak için doğru ve uygun yöntemleri kullanmaya çalışmalıdır çünkü her araştırma belirli yöntem veya yöntemlerin kullanılmasını gerektirir. Aynı zamanda araştırmacı gerekli verileri en az hata toplamaya çalışmalıdır. Veri toplamak için çeşitli yöntemler vardır. Veri toplamak için araştırmanın doğasına, amacına ve yöntemine ve ayrıca araştırmanın hipotezlerini uygun yöntemlerin seçilmesi gerekmektedir (Mehdizadeh Ashrafi ve Hosseini, 1385).

Bu araştırmada veri toplamak için aşağıdaki yöntemler kullanılmıştır:

- **Literatür taraması:** Bu yöntem, literatür ve araştırma geçmişi alanında bilgi toplamak için kullanılmıştır. Bu şekilde diğer araştırmacıların yayınları incelenerek gerekli bilgiler toplanmıştır.
- **Anket:** Anket, çalışılan topluluğun ölçülen değişkenleri hakkında bir dizi soru içermektedir. Bu sorular, incelenen toplumdan veya örneklemden istenilen bilgilerin toplanabileceği şekilde özel teknikler ve ölçekler kullanılarak yapılmaktadır. Mevcut araştırma anketi üç bölümden oluşmaktadır, birinci bölüm cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi gibi demografik değişkenlerle, ikinci bölüm sosyal sorumlulukla ve üçüncü bölüm örgütsel bağlılıkla ilgili sorular içermektedir. Örgütsel bağlılığı ölçmek için Ellen ve Meier' tarafından geliştirilen sosyal sorumluluk anketini ve boyutlarını tasarlamak için iç ve dış anketler kullanılmıştır. Bu anket sosyal sorumluluk boyutları ile ilgili 33, örgütsel bağlılık ile ilgili 17 soru içermektedir. Katılımcılardan her bir soru hakkında görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Sosyal sorumluluk ölçeğinin boyutlarındaki madde sayıları; Hukuki boyuta 8 soru, ekonomik boyuta 9 soru, ahlaki boyuta 10 soru ve alt boyuta 6 soru ulusal boyut şeklindedir. Örgütsel bağlılık ölçeği ise 17 sorudan oluşmaktadır.

3.7.Geçerlilik ve Güvenilirlik

Geçerlik kavramı, ölçme aracının istenen özelliği ne kadar iyi ölçtüğü sorusuna yanıt vermektedir. Ölçme aracının geçerliliği bilinmeden, ondan elde edilen verilerin doğruluğundan emin olunamaz. Bir ölçme aracı belirli bir özelliği ölçmek için geçerli olabilirken, başka bir popülasyonda başka bir özelliği ölçmek için geçerliliği olmayabilir (Sarmad ve meslektaşları, 1376; s. 170).

Bu araştırmanın anketinin geçerli olabilmesi için aşağıdaki adımlar izlenmiştir:

- 17 sorudan oluşan örgütsel bağlılık anketi, Alan ve Meyer adlı araştırmacılar tarafından tasarlanmış ve derlenmiş standart bir ankettir. Bu araştırmada, örgütsel bağlılığı ve örgütsel bağlılığın boyutlarını ölçmek için bu anket kullanılmıştır.
- Veri ölçme aracının içerik açısından geçerliğine saygı göstermek için sorular araştırmanın kuramsal temeline göre sorulmaya çalışılmıştır.
- Mevcut araştırma anketi; amir, danışman ve örgütün insan kaynakları biriminin onayı ile çalışanlar arasında dağıtılmıştır.

Anketin güvenilirliğini ve istikrarını ölçmenin amacı, farklı zaman ve mekanlarda kullanılabilmesidir. Aslında bu, ölçme aracı geçerli olan durağan bir araştırmadır ve bu araştırma başka bir kişi veya aynı araştırmacı tarafından başka zaman ve yerlerde tekrar yapılırsa aynı sonuçlara ulaşılabilir. Cronbach'ın alfa katsayısı, Cronbach tarafından icat edilmiştir ve anketlerin güvenilirliğini ölçmek için geliştirilmiştir. Bu çalışmada veri ölçümünün ana aracı bir anket olup, anketin güvenilirliği Cronbach's alpha yöntemi kullanılarak hesaplanmıştır. Tutumların, görüşlerin vb. tek boyutluluğunu ölçmek için Cronbach alfa katsayısı kullanılmıştır.

Cronbach's alpha tanımını kullanarak, (1) sorular arasındaki pozitif korelasyon ne kadar fazlaysa, Cronbach's alpha'nın o kadar fazla olacağı ve bunun tersi, (2) soruların ortalama varyansının o kadar fazla olacağı sonucuna varılabilir. Cronbach's alpha azalacak, (3) Soru sayısının artırılması Cronbach's alpha üzerinde olumlu veya olumsuz (sorular arasındaki korelasyonun türüne bağlı olarak) bir etki yapacak ve (4) örneklem büyüklüğünü artırmak ortalama varyansı azaltacaktır.

Sonuç olarak, Cronbach'ın alfa indeksi 1'e ne kadar yakınsa, sorular arasındaki iç korelasyon o kadar yüksek olur ve sorular daha homojen dağılmaktadır. Cronbach

alfa %45 düşük, %75 orta ve %95 yüksek olarak kabul edilmektedir. Alfa değeri düşük ise değerini artırmak için hangi soruların kaldırılabilceğine bakılmalıdır. Bu araştırmada öncelikle hedef örneklem arasında 30 anket dağıtılmış ve anketin ve sorularının güvenilirliği incelenmiştir. Sonuçlar, anket sorularının gerekli güvenilirliğe sahip olduğunu ve Cronbach alfa'nın sosyal sorumluluk anketi için 0.866 ve örgütsel bağlılık için 0.819 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Bağlılık Anketlerinin Güvenilirlik Analizi

	Boyutlar	Soru sayısı	Cronbach'ın alfa katsayıları
Sosyal Sorumluluk	Yasal	8	0.857
	Ekonomik	9	0.893
	Ahlaki	10	0.875
	Ulusal	6	0.841
Örgütsel bağlılık	Yükümlülük	17	0.819

Tablodan görüldüğü üzere, sosyal sorumluluk ve örgütsel bağlılık ölçeklerinin toplam maddelerinin geçerliliği yeterli seviyededir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Araştırmacı araştırma yöntemini tanımladıktan ve uygun araçları kullanarak hipotezlerini test etmek için gerekli verileri topladıktan sonra uygun istatistiksel tekniklerin kullanıldığı aşamaya geçilmektedir. Veri analizi süreci, istatistik topluluğundaki veri toplama araçlarının kullanımıyla elde edilen verilerin özetlendiği, kodlandığı ve kategorilere ayrıldığı ve son olarak bağlamın oluşturulması için işlendiği çok adımlı bir süreçtir. Veri toplama süreci sonrasında; hipotezleri test etmek için bu veriler arasındaki bağlantılar test edilmektedir.

Bu bölümde, örneklemin özelliklerini tanımlamak için önce toplanan veriler özetlenmiş ve tanımlayıcı istatistik göstergeleri kullanılarak sınıflandırmıştır. Sonraki aşamada çıkarımsal istatistik göstergeleri kullanılarak hipotezler test edilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Değişkenlere Göre Dağılımlarına Yönelik Bulgular

Tablo 4. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılım

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Erkek	111	88
Kadın	15	12
Toplam	126	100.0



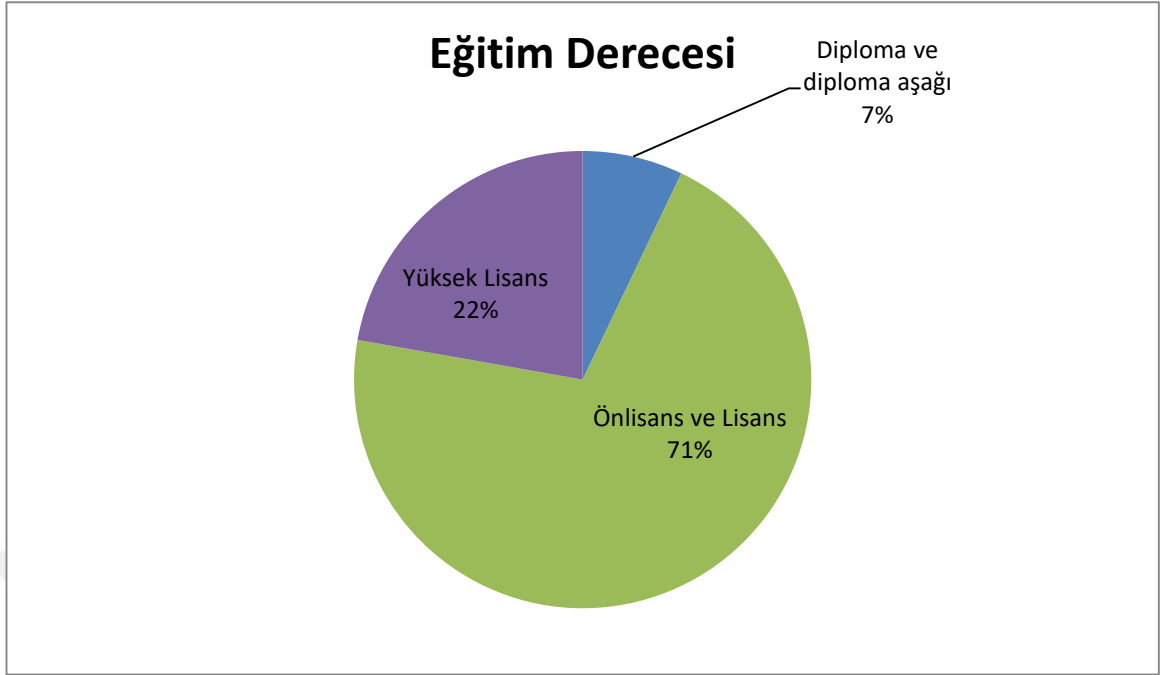
Grafik 1. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılım

Ankete katılanların cinsiyetine göre dağılımlarına baktığımızda; çalışanların yüzde 88'si erkek ve yüzde 12'ü kadın olduğu görülmektedir. Tablo de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan çalışanların büyük bir çoğunluğu (111) kişi erkeklerden ve en az (15) kişi kadınlardan oluşmaktadır. Bunun nedeniyse, Ülkenin siyasi durumundaki bu son değişiklikleridir.

Cinsiyet değişkeni açısından, kadınlarla erkeklerin örgütsel bağlılık dereceleri konusunda yapılan çalışmalarda farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Buna göre, erkeklerin genellikle kadınlardan daha iyi pozisyonlarda ve daha yüksek ücretle çalıştıkları için örgüte daha fazla bağlı oldukları ileri sürülmüştür.

Tablo 5. Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Sayı	Yüzde
Lise ve orta öğretim	9	7.1
Önlisans ve Lisans	89	70.6
Yüksek Lisans	28	22.2
Toplam	126	100.0

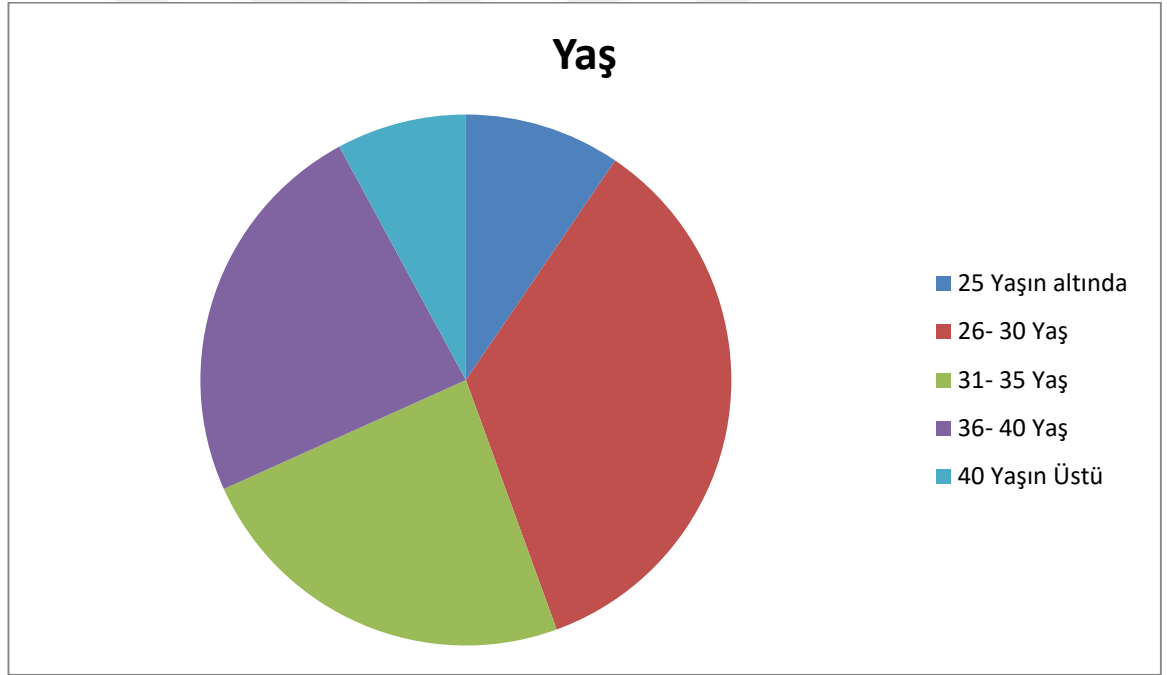


Grafik 2. Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Afganistan Doğal Kaynaklar Daire Başkanlığı çalışanlarına yapılan ankette çalışanların eğitim düzeylerine göre dağılıma bakıldığında katılımcıların 89'unun önlisans ve lisans mezunu olduğu görülmektedir. Bununla birlikte çalışanların %70.6'sı lisans, %22.2'si yüksek lisans ve %7.1'i diploma ve altı eğitim derecesine sahiptir. Eğitim düzeyi bakımından, ankete katılan çalışanların %71'i lisans %22 yüksek lisans mezunudur. Bu orana göre, araştırmaya katılan çalışanların eğitim düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 6. Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

Yaş	Sayı	Yüzde
25 Yaşın altında	12	9.5
26- 30 Yaş	44	34.9
31- 35 Yaş	30	23.8
36- 40 Yaş	30	23.8
40 Yaşın Üstü	10	7.9
Toplam	126	100.0

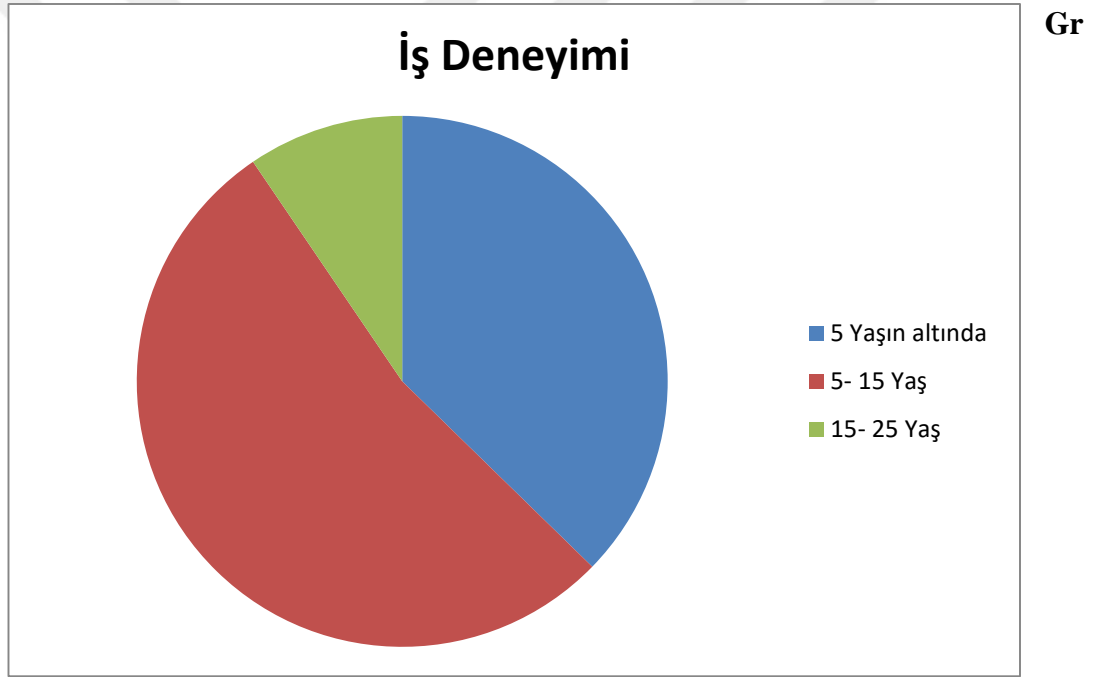


Grafik 3. Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

Ankete katılanların yaşlarına göre dağılımlarına bakıldığında %9,5'i 25 yaşından küçük, %34,9'u 26-30 yaş arası, %23,8'i 31-35 yaş arası, %23,8'i 36 ve %23,8'i arasındadır. 40 yaşında ve %7,9'u 40 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş dağılımı ağırlıklı olarak (%92) 20-40 yaş aralığında yer almakta olup, çalışanların genç bir nüfustan oluştuğu söylenebilir.

Tablo 7. Katılımcıların Hizmet Süresine Göre Dağılımı

İş Deneyimi	Sayı	Yüzde
5 Yaşın altında	47	37.3
5- 15 Yaş	67	53.2
15- 25 Yaş	12	9.5
Toplam	126	100.0



Grafik 4. Katılımcıların Hizmet Süresine Göre Dağılımı

Ankete katılanların hizmet geçmişlerine göre dağılımlarına baktığımızda; %37.3'ü 5 yıldan az, %53,2'si 5-15 yıl ve %9.5'i 15-25 yıl arasında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %62,7'ünün 5-25 yıl arasında çalıştığı tespit edilmiştir. Bu durum, Birlik bünyesinde uzun yıllardan beri aynı kişilerin çalıştığını, işten çıkarma ve yeni personel alımlarının az olduğunu göstermektedir.

4.2.İlişki Analizi Sonuçları

Bu araştırmada hipotezleri test etmek için iki test kullanılmıştır. İlk olarak araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiyi ölçmek için korelasyon katsayısı kullanılmış ve son olarak bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini kontrol etmek için basit bir regresyon testi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan bütün değişkenlerin sayısal bir ölçeği olduğundan araştırma hipotezlerini test etmek için Pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır.

A) İlk hipotez

Hipotez 1- Çalışan bağlılığının ekonomik sorumluluk ile önemli bir ilişkisi vardır.

Tablo 8. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanları ile Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ekonomik Sorumluluk Arasında İlişkiye Yönelik Test Sonuçları

Ölçek/alt boyutları	Korelasyon katsayısı	p değeri
Örgütsel Bağlılık/Yükümlülük	0/314**	0/000
Sosyal Sorumluluk/Ekonomik sorumluluk		

** %99 güven seviyesi

Sonuç: Spss çıktısına göre, bu iki değişken için Pearson korelasyon katsayısı 0,314'tür ve gözlenen anlamlı sayı (sig) değeri 0,01'den küçük ve sıfıra yakındır ($sig < 0.01$), yani standart anlamlılık düzeyinden küçüktür ($\alpha = \%5$) daha azdır. Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile sosyal sorumluluk ölçeği alt boyutu olan ekonomik sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır.

b) İkinci hipotez

Hipotez 2- Çalışan bağlılığı ile yasal sorumluluk arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 9. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanları ile Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Yasal Sorumluluk Arasında İlişkiye Yönelik Test Sonuçları

Ölçek	Korelasyon katsayısı	p değeri
Örgütsel Bağlılık/Yükümlülük	0,514**	0/000
Sosyal Sorumluluk/Yasal sorumluluk		

** %99 güven seviyesi

Sonuç: Spss çıktısına göre, bu iki değişken için Pearson korelasyon katsayısı 0,514'tür ve gözlenen anlamlı sayı (sig) değeri 0,01'den küçük ve sıfıra yakındır ($sig < 0.01$), yani standart anlamlılık düzeyinden küçüktür ($\alpha = \%5$) daha azdır. Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile sosyal sorumluluk ölçeği alt boyutu olan yasal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır.

c) Üçüncü hipotez

Hipotez 3- Çalışan bağlılığı ile ulusal sorumluluk arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 10. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanları ile Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ulusal Sorumluluk Arasında İlişkiye Yönelik Test Sonuçları

Değişkenlerin adı	Korelasyon katsayısı	p değeri
Örgütsel Bağlılık/Yükümlülük	0/885**	0/000
Sosyal Sorumluluk/Ulusal sorumluluk		

** %99 güven seviyesi

Sonuç: Spss çıktısına göre, bu iki değişken için Pearson korelasyon katsayısı 0,885'tir ve gözlenen anlamlı sayı (sig) değeri 0,01'den küçük ve sıfıra yakındır ($sig < 0.01$), yani standart anlamlılık düzeyinden küçüktür ($\alpha = \%5$) daha azdır. Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile sosyal sorumluluk ölçeği alt boyutu olan ulusal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır.

d) Dördüncü hipotez

Hipotez 4- Çalışan bağlılığı ile ahlaki sorumluluk arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 11. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanları ile Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ahlaki Sorumluluk Arasında İlişkiye Yönelik Test Sonuçları

Değişkenlerin adı	Korelasyon katsayısı	Önemli sayı (sig)
Örgütsel Bağlılık/Yükümlülük	0/591**	0/000
Sosyal Sorumluluk/Ahlaki sorumluluk		

** %99 güven seviyesi

Sonuç: Spss çıktısına göre, bu iki değişken için Pearson korelasyon katsayısı 0,591'dir ve gözlenen anlamlı sayı (sig) değeri 0,01'den küçük ve sıfıra yakındır ($sig < 0.01$), yani standart anlamlılık düzeyinden küçüktür ($\alpha = \%5$) daha azdır. Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile sosyal sorumluluk ölçeği alt boyutu olan ahlaki sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır.

4.3.Regresyon Analizi Sonuçları

"Regresyon" kelimesi geri dönüş anlamına gelmekte ve bir değişkenin değerinin başka bir değişkene döndüğünü belirtmektedir. Regresyonda, bilinmeyen bir değişkenin miktarının bilinen değişkenler kullanılarak belirlenebilmesi için matematiksel bir ilişki tahmin aranmaktadır. Ancak korelasyonda, değişkenleri birbirine bağlayan ilişkinin türü ve bağlantı derecesini belirlemeye çalışılmaktadır (Azar ve Momeni, 2009, s. 190).

Çoklu regresyon, bağımlı değişkeni tahmin etmek bir veya daha fazla bağımsız değişkenin katkısını incelemek için bir yöntemdir. Çoklu regresyon yönteminde, birden fazla değişkenin bağımlı değişken üzerindeki eşzamanlı etkisi ölçülmektedir. Bu durum; bağımsız bir değişkenin bağımlı değişken üzerinde sahip olabileceği etkinin, bağımlı değişkeni etkileyen diğer bağımsız değişkenlere kıyasla azaltıldığı veya nötralize edildiği anlamına gelmektedir (Azar ve Momeni, 2009, s. 238).

Regresyonu kullanmak için lineer regresyon varsayımlarını takip etmek gerekmektedir, aksi halde regresyon kullanımı uygun görülmemektedir. Bu amaçla kullanılan testlere göre aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

- Hataların otokorelasyonu olmaması: Regresyonda dikkate alınan varsayımlardan biri de hataların birbirinden bağımsız olmasıdır. Bu amaçla Durbin-Watson istatistiği kullanılmaktadır. Eğer bu istatistiğin değeri 1,5 ile 2,5 arasında ise regresyon varsayımlarından birinin karşılandığı düşünülmektedir.
- Değişkenlerin normalliğini kontrol etmek için Kolmogorov-Smirnov testi kullanılmıştır.

Tablo 12. Kolmogorov-Smirnov Testi

		Yasal sorumluluk	Ekonomik sorumluluk	Ahlaki sorumluluk	Ulusal sorumluluk	Bağlılık
N		126	126	126	126	126
Normal Parameters ^a b	Mean	2.6845	2.4346	2.1532	2.5926	2.5520
	S.D.	.77906	.56586	.46702	.81420	.61964
Most Extreme Differences	Absolute	.113	.114	.109	.112	.104
	Positive	.113	.114	.109	.112	.104
	Negative	-.061	-.088	-.068	-.073	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1.267	1.277	1.222	1.260	1.166
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081	.077	.101	.084	.132

Sig \geq P(p=0,05) ve ayrıca $Z_{ks} \geq Z_{\alpha}$ olduğundan, boş hipotez reddedilmez.

Tablodan görüldüğü üzere araştırmadan elde edilen veriler normal bir dağılıma sahiptir. Sonuç olarak, testlerin kullanımında parametrik varsayım uygulanmıştır.

A) Birinci hipotez

Hipotez 1- Çalışan bağlılığının ekonomik sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Tablo 13. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ekonomik Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Model Özeti

Regresyon katsayısı	Belirleme katsayısı R2	Düzeltilmiş belirleme katsayısı	Kamera istatistikleri – Watson
.286	.098	.091	1.816

Bağımlı değişken: ekonomik sorumluluk

Modelin düzeltilmiş belirleme katsayısı .091'e eşittir, bu da bağımlı değişkendeki değişikliklerin %9'unun bağımsız değişkendeki değişikliklere atfedilebileceğini, geri kalanının ise bağımlı değişkendeki değişikliklerden kaynaklandığını göstermektedir. Tablodan da görüleceği üzere basit regresyon katsayısı .286 olup, bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yoğunluğunun %28,6 olduğunu göstermektedir. Watson'ın kamera istatistiği değerinin 1,5 ile 2,5 arasında olduğu göz önüne alındığında, sonuç olarak hatalar arasında otokorelasyon olmadığı göz önüne alındığında, regresyon varsayımlarından biri karşılanmıştır.

Tablo 14. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ekonomik Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Modeli	Kareler Toplamı	Özgürlük derecesi	Ortalama	F	p değeri
gerileme	3.934	1	3.934	13.517	.000
Arta kalan	36.091	124	.291		
Toplam	40.025	125			

Bağımlı değişken: ekonomik sorumluluk

Varyans regresyon analizinin sonuçları, değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin varlığının kesinliğini kontrol etmektir. Tablo sonuçlarından da anlaşılacağı üzere anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük olduğundan modelin doğrusallık varsayımı doğrulanmıştır.

Tablo 15. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ekonomik Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Testi Sonuçları

Bağımsız değişken	Regresyon katsayıları	Standart sapma	Standartlaştırılmış katsayı	Test istatistikleri	p değeri
Devamlılık	1.704	.204	-	8.334	.000
Bağlılık	.286	.078	.314	3.677	.000

Bağımlı değişken: ekonomik sorumluluk

Regresyon denklemini formüle etmek için, denklemin veya a'nın sabit değeri, regresyon katsayıları veya β gibi bilgilere ve bu katsayıların anlamlılık düzeyine göre belirlenen önemini kontrol etmemiz gerekir. Tabloda görüldüğü gibi ilk satır 1.704'e eşit olan denklemin sabit değerine aittir. Bu sabit değer anlamlılık düzeyi 0,000 (0,05'ten küçük) olup, bu sabit değer regresyon denkleminde anlamlı olduğunu gösterir ve denkleme girilir. Sonraki satır, örgütsel bağlılığın bağımsız değişkenini göstermektedir. Anlamlılık düzeyi (0.000) 0,05'ten küçük olduğu için anlamlıdır ve bu nedenle regresyon denklemine girilir.

Yukarıdaki bulgulara göre, regresyon denklemi aşağıdaki gibidir: $Y = .286X + 1.704$

X: Bağlılık Y: Ekonomik sorumluluk

b) İkinci hipotez

Hipotez 2- Çalışan bağlılığının yasal sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Tablo 16. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Yasal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Model Özeti

Regresyon katsayısı	Belirleme katsayısı R ²	Düzeltilmiş belirleme katsayısı	Kamera istatistikleri – Watson
.647	.265	.259	1.707

Modelin düzeltilmiş belirleme katsayısının .259'a eşit olması, bağımlı değişkendeki değişikliklerin yüzde 25,9'unun bağımsız değişkendeki değişikliklere atfedilebileceğini, geri kalanının ise bağımlı değişkendeki değişikliklerden kaynaklandığını göstermektedir. Tablodan da görüleceği gibi basit regresyon katsayısı .647'ye eşittir, bu da bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yoğunluğunun %64,7'ye eşit olduğunu gösterir. Watson'ın kamera istatistiği değerinin 1,5 ile 2,5 arasında olduğu göz önüne alındığında, sonuç olarak hatalar arasında oto korelasyon olmadığı göz önüne alındığında, regresyon varsayımlarından biri karşılanmıştır.

Tablo 17. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Yasal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Modeli	Kareler Toplamı	Özgürlük derecesi	Ortalama	F	p değeri
gerileme	20.071	1	20.071	44.607	.000 ^b
Arta kalan	55.795	124	.450		
Toplam	75.866	125			

Bağımlı değişken: yasal sorumluluk

Varyans regresyon analizinin sonuçları, değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin varlığının kesinliğini kontrol etmektir. Tablo sonuçlarından da anlaşılacağı üzere anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük olduğundan modelin doğrusallık varsayımı doğrulanmıştır.

Tablo 18. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Yasal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Testi Sonuçları

Bağımsız değişken	Regresyon katsayıları	Standart sapma	Standartlaştırılmış katsayı	Test istatistikleri	p değeri
Devamlı	1.034	.256	-	4.068	.000
Bağlılık	.647	.097	.514	6.679	.000

Bağımlı değişken: yasal sorumluluk

Regresyon denklemini formüle etmek için, denklemin veya a'nın sabit değeri, regresyon katsayıları veya β gibi bilgilere ve bu katsayıların anlamlılık düzeyine göre belirlenen önemini kontrol etmemiz gerekir. Tablodan da görüleceği gibi ilk satır denklemin 1.034'e eşit olan sabit değerine aittir. Bu sabit değer anlamlılık düzeyi 0,000 (0,05'ten küçük) olup, bu sabit değer regresyon denkleminde anlamlı olduğunu gösterir ve denkleme girilir. Sonraki satır, örgütsel bağlılığın bağımsız değişkenini göstermektedir. Anlamlılık düzeyi (0.000) 0,05'ten küçük olduğu için anlamlıdır ve bu nedenle regresyon denklemine girilir.

Yukarıdaki bulgulara göre, regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

$$Y = .647 X + 1.034$$

sorumluluk

X: Taahhüt

Y: Yasal

c) Üçüncü hipotez

Hipotez 3- Çalışan bağlılığının ulusal sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Tablo 19. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ulusal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Model Özeti

Regresyon katsayısı	Belirleme katsayısı R ²	Düzeltilmiş belirleme katsayısı	Kamera istatistikleri – Watson
1.163	.784	.782	1.680

Bağımlı değişken: ulusal sorumluluk

Modelin düzeltilmiş belirlenim katsayısı 782.0'a eşittir, bu da bağımlı değişkendeki değişikliklerin yüzde 78,2'sinin bağımsız değişkendeki değişikliklere atfedilebileceğini, bağımlı değişkendeki değişikliklerin geri kalanının ise değişkenlerden kaynaklandığını göstermektedir. Tablodan da görüleceği gibi basit regresyon katsayısı 1.163'e eşittir, bu da bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yoğunluğunun %116.3'e eşit olduğunu gösterir. Watson'ın kamera istatistiği değerinin 1,5 ile 2,5 arasında olduğu düşünüldüğünde, sonuç olarak hatalar arasında otokorelasyon olmadığı göz önüne alındığında, regresyon varsayımlarından biri karşılanmıştır.

Tablo 20. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ulusal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Modeli	Kareler Toplamı	Özgürlük derecesi	Ortlama	F	p değeri
gerileme	64.946	1	64.946		
Arta kalan	17.918	124	.145		

Toplam	82.864	125		449.442	.000
--------	--------	-----	--	---------	------

Bağımlı değişken: ulusal sorumluluk

Varyans regresyon analizinin sonuçları, değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin varlığının kesinliğini kontrol etmektir. Tablo sonuçlarından da anlaşılacağı üzere anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük olduğundan modelin doğrusallık varsayımı doğrulanmıştır.

Tablo 21. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ulusal Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Testi Sonuçları

Bağımsız değişken	Regresyon katsayıları	Standart sapma	Standartlaştırılmış katsayı	Test istatistikleri	p değeri
Devamlı	-.376	.144		-2.610	.010
Bağılılık	1.163	.055	.885	21.200	.000

Bağımlı değişken: ulusal sorumluluk

Tablonun analizi: Regresyon denklemini formüle etmek için, denklemin veya a'nın sabit değeri, regresyon katsayıları veya β gibi bilgilere ve bu katsayıların anlamlılık düzeyine göre belirlenen önemini kontrol etmemiz gerekir. Tablodan da görüleceği gibi, ilk satır -.376'ya eşit olan denklemin sabit değerine aittir. Bu sabit değer anlamlılık düzeyi 0,01 (0,05'ten küçük) olup, bu sabit değer regresyon denkleminde anlamlı olduğunu gösterir ve denkleme girilir. Sonraki satır, örgütsel bağlılığın bağımsız değişkenini göstermektedir. Anlamlılık düzeyi (0.000) 0,05'ten küçük olduğu için anlamlıdır ve bu nedenle regresyon denklemine girilir.

Yukarıdaki bulgulara göre, regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

$$Y = . 1.163 X - .376$$

X: Taahhüt

Y: Yasal sorumluluk

d) Dördüncü hipotez

Hipotez 4- Çalışan bağlılığının ahlaki sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Tablo 22. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ahlaki Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Model Özeti

Regresyon katsayısı	Belirleme katsayısı R ²	Düzeltilmiş belirleme katsayısı	Kamera istatistikleri – Watson
.445	.349	.344	1.859

Bağımlı değişken: ahlaki sorumluluk

Modelin düzeltilmiş belirleme katsayısının .344'e eşit olması, bağımlı değişkendeki değişikliklerin %34,4'ünün bağımsız değişkendeki değişikliklere atfedilebileceğini, geri kalanının ise bağımlı değişkendeki değişikliklerden kaynaklandığını göstermektedir. Tablodan da görüleceği üzere basit regresyon katsayısı .445 olup, bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yoğunluğunun %44,5 olduğunu göstermektedir. Watson'ın kamera istatistiği değerinin 1,5 ile 2,5 arasında olduğu göz önüne alındığında, sonuç olarak hatalar arasında otokorelasyon olmadığı göz önüne alındığında, regresyon varsayımlarından biri karşılanmıştır.

Tablo 23. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ahlaki Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Modeli	Kareler Toplamı	Özgürlük derecesi	ortalama kare	F	p değeri
gerileme	9.514	1	9.514	44.607	.000 ^b
Arta kalan	17.749	124	.143		
Toplam	27.263	125			

Bağımlı değişken: ahlaki sorumluluk

Varyans regresyon analizinin sonuçları, değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin varlığının kesinliğini kontrol etmektir. Tablo sonuçlarından da anlaşılacağı üzere anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük olduğundan modelin doğrusallık varsayımı doğrulanmıştır.

Tablo 24. Çalışanların Örgütsel Bağlılığı Ölçeği Alt Boyutu Olan Yükümlülük Puanlarının Sosyal Sorumluluk Ölçeği Alt Boyutu Olan Ahlaki Sorumluluk Puanları Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Testi Sonuçları

Bağımsız değişken	Regresyon katsayıları	Standart sapma	Standartlaştırılmış katsayı	Test istatistikleri	p değeri
Devamlı	1.017	.143		7.093	.000
Bağlılık	.445	.055	.591	8.153	.000

Bağımlı değişken: ahlaki sorumluluk

Regresyon denklemini formüle etmek için, denklemin veya a'nın sabit değeri, regresyon katsayıları veya β gibi bilgilere ve bu katsayıların anlamlılık düzeyine göre belirlenen önemini kontrol etmemiz gerekir. Tablodan da görüleceği gibi ilk satır denklemin 1.017'ye eşit olan sabit değerine aittir. Bu sabit değer anlamlılık düzeyi 0,000 (0,05'ten küçük) olup, bu sabit değer regresyon denkleminde anlamlı olduğunu

gösterir ve denkleme girilir. Sonraki satır, örgütsel bağlılığın bağımsız değişkenini göstermektedir. Anlamlılık düzeyi (0.000) 0,05'ten küçük olduğu için anlamlıdır ve bu nedenle regresyon denklemine girilir.

Yukarıdaki bulgulara göre, regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

$$Y = .445 X + 1.017 \quad X: \text{Taahhüt} \quad Y: \text{Yasal sorumluluk}$$

e) ana hipotez

Ana hipotez: Çalışan bağlılığının örgütün sosyal sorumluluğu üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Bu araştırmada, verileri analiz etmek ve araştırma hipotezlerini incelemek için Pearson korelasyon testi ve lineer regresyon testi kullanılmıştır. İlişkisi doğrulanan hipotezler için bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini araştırmak ve aralarındaki neden-sonuç ilişkisini açıklamak için regresyon testi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda hipotezleri kabulü ve reddi aşağıdaki tablodan gösterilmiştir.

Tablo 25. Çalışan Bağlılığının Sosyal Sorumluluk Üzerinde Etkisine Yönelik Hipotezleri Kabulü ve Reddi

Hipotez	p değeri	Sonuç
Çalışan bağlılığının ekonomik sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır.	.000	Kabul edilmiştir.
Çalışan bağlılığının yasal sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır.	.000	Kabul edilmiştir.
Çalışan bağlılığının ulusal sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır.	.000	Kabul edilmiştir.

Çalışan bağlılığının ahlaki sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır.	.000	Kabul edilmiştir.
---	------	-------------------

Bağlılığın sosyal sorumluluk değişkenleri üzerindeki etkisinin doğrulandığı göz önüne alındığında, genel olarak örgütsel bağlılığın çalışanların sosyal sorumluluğu üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Sonuç olarak, ana hipotez kabul edilmektedir.

Birinci alt hipotez testinin sonucu:

Birinci alt hipotez: Çalışan bağlılığının ekonomik sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır. Dördüncü bölümde belirtildiği gibi, bağlılığının ekonomik sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi olduğu varsayımı kabul edilmiştir. Pozitif korelasyon katsayısı (314/.) ve regresyon katsayısına göre bağlılığının ekonomik sorumluluklarını olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir. Sonuç olarak yükümlülüğün artması (azalması) ekonomik sorumluluğun artmasına (azalmasına) neden olur. Bu, çalışanların veya kendini adanmış kişilerin örgütsel ekonomik sorumluluğu teşvik etmede önemli bir etkiye sahip olabileceği anlamına gelmektedir. Ekonomik sorumluluk, Örgütsel sosyal sorumluluk piramidinde bütün boyutların temelini oluşturmaktadır. Bununla birlikte örgütler için n önemli boyut sosyal sorumluluktur, çünkü bir organizasyonun piyasada kendini koruyabilmesi ve topluma fayda sağlaması için karlı ve üretken olması gerekmektedir. . Aslında ekonomik sorumluluk, kaliteli üretim ve tüketici için uygun fiyat yoluyla sermayenin karlılığını sürdürmektir. Bu doğrultuda, kendini adanmış insanlar bu önemli sosyal sorumluluk hedefine katkıda bulunabilirler. Sonuç olarak, çalışanlarının bağlılığını artırmak için ekonomik sorumluluk programlarının uygulanması önerilmektedir.

İkinci alt hipotez testinin sonucu:

İkinci alt hipotez: çalışan bağlılığının yasal sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır. Daha önce belirtildiği gibi, çalışan bağlılığının ekonomik sorumlulukları üzerinde önemli bir etkisinin olduğu varsayımı kabul edilmiştir. Pozitif korelasyon katsayısı (0.514) ve regresyon katsayısına göre çalışanların bağlılığının yasal sorumluluklarını olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir. Sonuç olarak,

sorumluluğun artması (azalması) nedeniyle yükümlülüğün artması (azalması) yasal hale gelir. Yasal sorumluluk, her işletmenin herkesin iyiliği için belirlenen kural ve düzenlemelere uyması gerektiği ilkesini yansıtmaktadır. Bu hipotezin sonucuna göre, çalışanlar ve kendini işine adanmış kişiler kendilerini örgütün bir parçası olarak gördükleri için ilgili yasa ve yönetmeliklere uymaya daha fazla bağlıdırlar. Sonuç olarak, çalışanlarının bağlılığını artırmak için yasal sorumluluk programlarının uygulanması önerilmektedir.

Üçüncü alt hipotez testinin sonucu:

Üçüncü alt hipotez: çalışan bağlılığının ulusal sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır. Daha önce belirtildiği gibi, çalışanların bağlılığının ulusal sorumlulukları üzerinde önemli bir etkisi olduğu varsayımı kabul edildi. Pozitif korelasyon katsayısı (0.885) ve regresyon katsayısına göre çalışanların bağlılığının ekonomik sorumluluklarını olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir. Sonuç olarak yükümlülüğün artması (azalması) ulusal sorumluluğun artmasına (azalmasına) neden olur. Ulusal sorumluluk, toplumun sorunları ve sorunlarıyla ilgilenmek için kuruluş adına gönüllü bir çabadır. Bu sorumluluk, hizmetler, işbirlikleri ve gönüllü katkılar için para ve zamandan vazgeçmek anlamına gelmektedir. Son yıllarda hayırsever bağışlar, sosyal hizmet programları, çalışanların gönüllü eylemleri, çevre koruma, kredi programları ve yaşam standardını iyileştirme çabaları gibi eylemlerle giderek daha fazla kullanılmaktadır. Sonuç olarak, çalışanlarının bağlılığını artırmak için ulusal sorumluluk programlarının uygulanması önerilmektedir.

Dördüncü alt hipotez testinin sonucu

Dördüncü alt hipotez: Çalışan bağlılığının ahlaki sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Daha önce de belirtildiği gibi, çalışanların bağlılığının ahlaki sorumluluklarını önemli ölçüde etkilediği varsayımı kabul edilmiştir. Pozitif korelasyon katsayısı (0,591) ve regresyon katsayısına göre çalışanların bağlılığının ekonomik sorumluluklarını olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir. Sonuç olarak yükümlülüğün artması (azalması) ahlaki sorumluluğun artmasına (azalmasına) neden olur. Etik sorumluluk, toplumun örgütten beklentisi ve örgütün toplumun değer ve normlarını dikkate almaş, saygı duyması gerçeğine dayanmakta ve yazılı yasalar

çerçevesinin ötesine geçmektedir. Etik sorumluluklar, ahlaki ilkelere bağlılık, doğru olanı yapma, adalet, hakkaniyet ve insan haklarına saygıyı içermektedir. Ahlaki sorumlulukları kabul edenler, kendilerinin ve başkalarının topluma zarar vermesini engellerler. Adanmış kişiler, kendilerini örgütün bir parçası olarak görürler ve toplumda her zaman örgütlerinin olumlu ve kabul edilebilir bir imajını oluşturmaya çalışırlar, bunun sonucunda etik ilkelere bağlı kalmada her zaman ön planda olurlar. Sonuç olarak, çalışanlarının bağlılığını artırmak için ahlaki sorumluluk programlarının uygulanması önerilmektedir.

Ana araştırma hipotez testinin sonucu:

Araştırmanın temel hipotezi: Çalışanların bağlılığı, örgütün sosyal sorumluluğu üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Birinci ila dördüncü varsayımların sonuçlarına ve bağlılığın sosyal sorumluluğun her boyutu üzerindeki etkisinin öneminin kabulüne göre, çalışanların bağlılığının sosyal sorumluluk üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu söylenebilir. Etik, insan faaliyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve çalışanların uygun performans, bağlılık ve sorumluluğunu gerektirir. Bağlılık, kişinin her durumda örgütün yanında olmasını ve örgütün başarısı için çalışmasını sağlar. Örgütün toplumdaki itibarını ve imajını daha iyi gösteren programlardan biri de sosyal sorumluluktur çünkü bu görevler örgütsel görevlerden daha fazladır. Hipotezin sonucuna göre, örgütün sosyal görevlerinin yürütülmesinde ve ilerlemesinde kendini adanmış kişi veya çalışanların etkin rol oynayabileceği söylenebilir.

4.4.Friedman Test Sonuçları

Friedman'ın testi, tekrarlanan ölçümlerle (gruplar içinde) varyans analizine eşdeğer, parametrik olmayan bir testtir. İki yönlü varyans analizi (parametrik olmayan veriler için) arasındaki ortalama sıraları karşılaştırmak için kullanılan K için Friedman'ın testini kullanırız.) aracılığıyla Sıralama kullanılır ve ayrıca farklı grupların ortalama sıralamasını karşılaştırmak için kullanılmaktadır. Örneklemdeki kişi sayısının aynı olması gerekmektedir. Bu durum testin dezavantajlarından biri olarak kabul edilmektedir. Sonuç olarak örneklerin eşleştirilmesi gerekmektedir.

Tablo 26. Sosyal Sorumluluğun Boyutlarına Yönelik Friedman Testinin Sonuçları

Değişken	Ortalama rütbe
Yasal sorumluluk	3.22
Ekonomik sorumluluk	2.86
Ahlaki sorumluluk	2.01
Ulusal sorumluluk	3.38

Tablo 27. Örgütsel Bağlılığa Yönelik Friedman Testinin Sonuçları

Değişken	Ortalama rütbe
Bağlılık	3.53

Yukarıdaki tabloda Friedman testinin sonuçlarına göre, yukarıdaki faktörlerin çalışanlar açısından önem sıralaması aşağıdaki şekildedir:

- :1. Örgütsel bağlılık.
- 2: Ulusal sorumluluk
- 3: Hukuki sorumluluk
- 4: Ekonomik sorumluluk.
- 5: Ahlaki sorumluluk

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmanın temel amacı, örgütsel sosyal sorumluluk ile çalışan bağlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi gibi demografik değişkenlerle, ikinci bölüm sosyal sorumlulukla ve üçüncü bölüm örgütsel bağlılıkla ilgili sorular içermektedir. Örgütsel bağlılığı ölçmek için Ellen ve Meier' tarafından geliştirilen sosyal sorumluluk anketini ve boyutlarını tasarlamak için iç ve dış anketler kullanılmıştır. Bu anket sosyal sorumluluk boyutları ile ilgili 33, örgütsel bağlılık ile ilgili 17 soru içermektedir. Katılımcılardan her bir soru hakkında görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Sosyal sorumluluk ölçeğinin boyutlarındaki madde sayıları; Hukuki boyuta 8 soru, ekonomik boyuta 9 soru, ahlaki boyuta 10 soru ve alt boyuta 6 soru ulusal boyut şeklindedir. Örgütsel bağlılık ölçeği ise 17 sorudan oluşmaktadır. Veri toplama sürecinde sonucunda; araştırmaya katılan kişilerin demografik bilgileri aşağıdaki şekildedir:

- Ankete katılanların cinsiyetine göre tüm çalışanların yüzde 88'si erkek ve yüzde 12'ü kadındır. Buna göre erkek cevap verenlerin sayısı kadınlardan fazladır.
- Cinsiyet değişkeni açısından, kadınlarla erkeklerin örgütsel bağlılık dereceleri konusunda yapılan çalışmalarda farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Buna göre, erkeklerin kadınlardan daha fazla olduğu ve ülkenin siyasi duruma göre daha iyi pozisyonlarda ve daha yüksek ücretle çalıştıkları için örgüte daha fazla bağlı oldukları ileri sürülmüştür.
- Afganistan Doğal Kaynaklar Daire Başkanlığı çalışanlarına yapılan ankette çalışanların eğitim düzeylerine göre dağılıma bakıldığında katılımcıların 89'unun önlisans ve lisans mezunu olduğu görülmektedir. Tüm çalışanların anketine katılanların eğitim düzeyine göre %70.6'sı diploma ve lisans, %22.2'si yüksek lisans ve %7.1'i diploma ve altı eğitim derecesine sahiptir. Buna göre, ankete katılanların çoğu lisans ve ön lisans mezunu, en azı ise bir lise diploma sahibidir. Eğitim düzeyi bakımından, ankete katılan çalışanların %71'i lisans %22 yüksek lisans mezunudur. Bu orana göre, araştırmaya katılan çalışanların eğitim düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir.

- Ankete katılanların yaşlarına göre %9,5'i 25 yaşından küçük, %34,9'u 26-30 yaş arası, %23,8'i 31-35 yaş arası, %23,8'i 36 ve %23,8'i arasındadır. 40 yaşında ve %7,9'u 40 yaş ve üzerinde. Buna göre, ankete katılanların çoğu 31-35 yaşları arasında, en azı ise 40 yaşın üzerindedir.
- Ankete katılanların hizmet geçmişlerine göre %37,3'ü 5 yıldan az, %53,2'si 5-15 yıl ve %9,5'i 15-25 yıl arasındadır. Buna göre, katılımcıların çoğu 5 ila 15 yıl arasında ve en az 15 ila 25 yıl arasında hizmet deneyimine sahiptir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin puanlaması sonucunda elde edilen bulgular aşağıdaki şekildedir:

- Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile sosyal sorumluluk ölçeği alt boyutu olan ekonomik sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır.
- Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile sosyal sorumluluk ölçeği alt boyutu olan yasal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır.
- Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile sosyal sorumluluk ölçeği alt boyutu olan ulusal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır.
- Katılımcıların örgütsel bağlılık puanları ile sosyal sorumluluk ölçeği alt boyutu olan ahlaki sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırma sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda test edilen hipotezlerin kabulü ve reddi aşağıdaki şekildedir:

- Çalışan bağlılığının ekonomik sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır hipotezi kabul edilmiştir.
- Çalışan bağlılığının yasal sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır hipotezi kabul edilmiştir.
- Çalışan bağlılığının ulusal sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır hipotezi kabul edilmiştir.
- Çalışan bağlılığının ahlaki sorumluluk üzerinde önemli bir etkisi vardır hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre çalışan bağlılığı sosyal sorumluluk arasında anlamlı bir ilişki vardır. İşverenlerin çalışan bağlılığını

iyileştirmek için; ekonomik, yasal, ulusal ve ahlaki sosyal sorumluluk maddelerine önem vermesi gerekmektedir. Bu sayede çalışanların çalışan bağlılıkları arttırılacak ve örgütlerde uzun süre çalışmaları sağlanacaktır.

Bayraktaroğlu ve Yılmaz (2014) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların örgütsel bağlılık düzeyleri ile sosyal sorumluluk algıları incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini 155 banka çalışanı oluşturmuştur. Araştırma sonucunda katılımcıların sosyal sorumluluk puanları ile örgütsel bağlılık puanları arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Bayraktaroğlu ve Yılmaz, 2014).

Saç (2009) tarafından yapılan çalışmanın sonucunda katılımcıların kurumsal sosyal sorumluluk algıları ve devamlılık ile duygusal bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir ilişki belirlenmiştir (Saç, 2009)

Şahinoğlu yapmış olduğu çalışma sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem vermenin örgütsel bağlılığı arttırmada etkili olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre, çalışanların performansı ve işten ayrılma niyetleri onların sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik algılarının etkisi ile şekillenmektedir. Sonuç olarak örgütlerine bağlı çalışanlara sahip olmak isteyen işletmelerin, sosyal sorumluluk uygulamalarına önem vermesi gerekmektedir (Şahinoğlu, 2010).

Bu araştırmanın sonucunda elde edilen bilgilere göre katılımcıların sosyal sorumluluk puanları arttıkça onların örgütsel bağlılık puanlarının da arttığı görülmektedir. Katılımcıların sosyal sorumluluk alt boyut puanları olan; yasal sorumluluk, ulusal sorumluluk, ahlaki sorumluluk, ekonomik sorumluluk puanları arttıkça onların örgütsel bağlılıkları artmaktadır. Literatür taraması sonucunda incelenen çalışmalar da bu sonucu desteklemektedir.

Örgütlerin en maliyetli ve geliştirilmesi uzun zaman alan kaynakları insandır. Bir çalışanın yetiştirilmesi, örgütün sahip olduğu kültüre uyum sağlanmasına yardımcı olunması, işlerini öğrenmesi, üst seviyede verim ortaya koyarak çalışması şeklinde faktörler ele alındığında belirli seviyede gelişmiş olan çalışanları kaybetmenin işverenler adına önemli zarar oluşturacağı düşünülmektedir. Bu durum bütün meslekler için geçerlidir. Yetenekli çalışanların örgütlerin bünyesinde tutulması önemli bir konu olmaya devam etmektedir. Sonuç olarak örgütlerin bu durumun farkında olması ve bu duruma yönelik uygulamalar yapması gerekmektedir. Örgütler

faaliyetlerini sadece kendi çıkarlarına yönelik yapmamalı tüm paydaşları göz önünde bulundurmalıdır. Örgütlerin bu kapsamda gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk projeleri etkili sonuçlar ortaya çıkaracaktır.

Araştırma varsayımlarının sonuçlarına göre aşağıdaki öneriler sunulmuştur.

- Bu araştırma ve benzeri diğer araştırmalarda bağlılık ile ekonomik sorumluluk arasındaki ilişki ve olumlu etki göz önünde bulundurularak, sosyal sorumluluğun uygulanması ve yürütülmesi için çevre örgütüne ve diğer kuruluşlara çalışanların bağlılığına yönelik daha fazla çaba göstermeleri önerilmektedir.
- Bu araştırma ve benzeri diğer araştırmalarda bağlılık ile yasal sorumluluk arasındaki korelasyon ve olumlu etki göz önünde bulundurularak, çevre örgütüne ve diğer kuruluşlara, çalışanların bağlılığına yönelik daha fazla çaba gösterilmesi gerektiği önerilmektedir.
- Bu araştırma ve benzeri diğer araştırmalarda bağlılık ve ahlaki sorumluluk arasındaki ilişki ve olumlu etki göz önüne alındığında, sosyal faaliyetlerin yürütülmesi ve yürütülmesi için çalışanların bağlılığına yönelik daha fazla çaba gösterilmesi gerektiği, çevre örgütüne ve diğer kuruluşlara önerilmektedir.
- Bu araştırma ve benzeri diğer araştırmalarda bağlılık ile ulusal sorumluluk arasındaki ilişki ve olumlu etki göz önünde bulundurularak, sosyal sorumluluğun uygulanması ve yürütülmesi için çevre örgütüne ve diğer kuruluşlara çalışanların bağlılığına yönelik daha fazla çaba göstermeleri önerilmektedir.
- Mevcut araştırma ve araştırma literatürünün sonuçlarına dayanarak, iş ortamında hayatta kalmak isteyen örgüt ve kuruluşlara, işlerinin sosyal yönlerine yeterince dikkat etmeleri önerilir.
- Devlet kuruluşlarından biri olan ve doğrudan sosyal faaliyetlerle ilgilenen çevre kuruluşuna, kuruluşun ve diğerlerinin sosyal faaliyetlerini planlamak, uygulamak ve izlemek için " Örgütsel Sosyal Sorumluluk Dairesi" adı verilen bağımsız bir daire önerilmiştir.
- Çalışanların sosyal sorumluluğunu teşvik etmek ve bağlılıklarını artırmanın yollarını araştırmak için eğitim çalışmaları düzenlemek.

- Çalışanların profesyonelliklerinin ve uzmanlıklarının örgüte bağlılıklarını doğrudan etkilediği göz önünde bulundurularak, uzman olmayan çalışanlar yerine uzmanlaşmış çalışanların işe alınması önerilmiştir.
- Çalışanların eğitimini geliştirmek için kısa süreli eğitim programları ve kursları oluşturulması önerilmiştir.
- Çalışanların örgütün bağlılığı üzerinde doğrudan etkisi olan bir diğer konu ise çalışanların ekonomi sorunudur, bu konuda daha iyi sonucu almak için çalışanların maaşlarını artırmak için özel bir bütçe ayrılması önerilmiştir.
- Çalışanların örgüte bağlılığını teşvik etmek için daha sorumlu çalışanlar için teşvik programları oluşturulması ve düzenlenmesi önerilmiştir.

Gelecekte bu alanda yapılacak araştırmalar için öneriler aşağıdaki şekildedir:

- Sosyal sorumluluğun finansal ve finansal olmayan faydaları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi.
- İç ve dış sosyal sorumluluğun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin incelenmesi.
- Örgütsel bağlılık boyutlarının ayrılması ve bu boyutlar ile sosyal sorumluluk arasındaki ilişkinin incelenmesi.
- Sosyal sorumluluğun organizasyonun performansı üzerinde araştırılması.
- Kar amacı gütmeyen ve kar amacı gütmeyen kuruluşlarda sosyal sorumluluğun incelenmesi ve sonuçlarının birbirleriyle karşılaştırılması.

KAYNAKÇA

- Ackerman, W., Bauer, R A. (1976). *Corporate social responsiveness: The modern dilemma*. Virginia: Reston Publishing Company.
- Aksoy, A., Yılmaz, O. (2016). Örgütsel Bağlılıkta Yan Bahisler Yaklaşımı: İşgörenlerin Demografik Özellikleri ile Yan Bahisler Arasındaki Farklılığı Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma . *International Journal of Academic Values Studies* , (6) , 73-83 .
- Aktan, C., Börü, D. (2007). "Kurumsal sosyal sorumluluk". C. C. Aktan (Ed.), Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk (ss. 11-36) içinde. İstanbul: İGİAD Yayınları.
- Albinger, S., Freeman, J. (2000). Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking populations. *Journal of business ethics*, 28, 243-253.
- Allen, Meyer, J.(1990): "The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization", *Journal of Occupational Psychology*, Cilt 63, Sayı 1, ss.1-18.
- Aydede, C. (2007). *Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, Mediacat, İstanbul.
- Balı, S., Cinel, M. O. (2011). Bir Rekabet Aracı Olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 45-60.
- Bayraktaroğlu, S., Yılmaz, E. (2014). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Örgütsel Bağlılığa Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2014, Yıl:2, Cilt:2, Sayı:3 99
- Bayram, L. (2005). Yönetimde Yeni Bir Paradigma: *Örgütsel Bağlılık Sayıştay Dergisi* , (59) , 125-139 .
- Becker, H. (1960). Notes on the Concept of Commitment. *American Journal of Sociology*, 66(1), 32-40.
- Bilgiç, H. (2017). Örgütsel Bağlılık - İş Tatmini İlişkisi . *Akademik İzdüşüm Dergisi* , 2 (3) , 35-49.
- Bowen, Howard (2013). *Social responsibilities of the businessman*, University of Iowa Press, Iowa City.
- Brammer, S., Millington, A., Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1701-1719.

- Çakar, N., Ceylan, A. (2005). “İş Motivasyonunun Çalışan Bağlılığı ve İşten Ayrılma Eğilimi Üzerindeki Etkileri”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Cilt:6, Sayı:1. s.52–66.
- Çekmecioğlu, G., Güler D. (2014), “Çalışanların Kurumsal İtibara İlişkin Algıları ve Bu Algıların Örgütsel Kıvanç, Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Doğu Marmara Bölgesi Plastik Ambalaj Sanayi Üzerinde Bir Araştırma”, *Business and Economics Research Journal*, Vol: 5, No: 2, ss. 79-94.
- Carroll, A. (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, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Etzioni, A. (1975). *Comparative analysis of complex organizations*, rev. Simon and Schuster.
- Erden, P. (2011). Çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılarının örgütsel bağlılıkları üzerine etkisi: Karşılaştırmalı bir araştırma, Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Friedman, M. (2007). *The social responsibility of business is to increase its profits* (pp. 173-178). Springer, Berlin Heidelberg.
- Finegan, E. (2000). The Impact of Personal and Organizational Values on Organizational Commitment, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol.73, No.2, pp. 149-156.
- Gül, H. (2002). Örgütsel Bağlılık Yaklaşımlarının Mukayesesi ve Değerlendirmesi. *Ege Academic Review* , 2 (1) , 37-56 .
- Gündoğdu, A., Şeşen, H. (2022). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinde Kurumsal İtibarın Aracılık Etkisi. *İş ve İnsan Dergisi*, 9(2), 101-114.
- İnce, M, Gül, H. (2005). *Yönetimde yeni bir paradigma: Örgütsel bağlılık* (1. bs). Konya, Çizgi Kitabevi.
- Işık, V. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Değiştirdiği Çalışma Kavramı ve Yeni Bir Çalışma Alanı Olarak Sosyal Girişimler . *SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi* , 3 (1), 101-131.
- Jamali, D., Mirshak R (2006). Corporate Social Responsibility Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics*. 72:243–262.
- Kanter, (1968). *American Sociological Review* , Aug., 1968, Vol. 33, No. 4 (Aug., 1968), pp. 499-517.

- Kılıçaslan, S. (2010). Örgütsel Adalet Algısı ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilere Kuramsal Bir Yaklaşım, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Kokmaz, S. (2009). *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları*, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Kotler, P., LEE, N. (2006), “*Kurumsal Sosyal Sorumluluk*”, Çev.:S. Kaçamak, İstanbul, MediaCat Yayınları.
- Lantos, GP (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(2), 595-630.
- Moskowitz, M. (1972) Choosing Socially Responsible Stocks. *Business & Society Review*, 1, 71-75.
- O'Reilly, C., Chatman, J. (1986). “Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification and Internalization on Prosocial Behavior”, *Journal of Applied Psychology*, Cilt 71, Sayı 3, ss.492-499.
- Örücü, E., Kışlalıoğlu, R. S. (2014). Örgütsel bağlılık üzerine bir alan çalışması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(22), 45-65.
- Özdevecioğlu, M. (2016). Algılanan Örgütsel Destek İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 18 (2) , 113-130 .
- Öztürk, Ö. N. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Gelişimi ve Türkiye’de Uygulanması. *Yüksek lisans tezi*.
- Özdemir, H. (2007). Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminine Etkisi: Opet Çalışanlarına Yönelik Bir Uygulama”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, (Doktora Tezi), İstanbul.
- Özüpek, N. (2013). *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Penley, L.E. ve Gould, S. (1988), “Etzioni’s Model of Organizational Involvement: A Perspective for Understanding Commitment to Organizations”, *Journal of Organizational Behavior*, Cilt 9, ss.43-59.
- Peteresen, D. (2004). The Relationship Between Perceptions of Corporate Citizenship and Organizational Commitment, *Business Society*, Vol.43, No.3, , pp. 296-319.
- Peterson, D.(2004). Benefits of Participation in Corporate Volunteer Programs: Employees’ Perceptions, *Personnel Review*, 33(5/6), 615-627.
- Reichers, A. E. (1985). A Review and Reconceptualization of Organizational Commitment. *Academy of Management Review*, 10(3), 465–476.

- Seyyar, Ali, Sema Oğlak (2004). “Danimarka ve Hollanda Sosyal Güvenlik Sistemlerinde Bakım Hizmetleri (Mukayeseli Bir Değerlendirme)”; Öz-Veri Dergisi; T.C. Başbakanlık; Özürlüleri İdaresi Başkanlığı; Cilt. 1; Sayı 1; Eylül 2004.
- Saç, Ö. (2009), Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi Üzerine Bandırma Yerelinde Bir Araştırma, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sürücü, L., ve Maşlakçı, A. (2018). Örgütsel Bağlılık Üzerine Kavramsal İnceleme. *International Journal of Management and Administration*, 2(3), 49-65.
- şahinoğlu, F. (2010). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çalışanların örgütsel bağlılıklarıyla olan ilişkisine yönelik bir uygulama, Yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uyguç, N., Çımrın, D. (2016). Deü Araştırma ve Uygulama Hastanesi Merkez Laboratuvarı Çalışanlarının Örgüte Bağlılıklarını ve İşten Ayrılma Niyetlerini Etkileyen Faktörler . *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (1) , 91-99 .

EKLER

EK 1. Kişisel Bilgi Formu

1.Cinsiyet:

- Erkek
- Kadın

2.Eğitim Düzeyi

- Diploma ve daha düşük
- Önlisans ve Lisans
- Yüksek lisans
- Doktora ve üzeri

3.Yaş

- 20-30
- 30-40
- 40-50
- 50- üzeri

4. Örgütte iş deneyimi:

- 5 yıldan az
- 5-15 yıl arası
- 15-25 yıl arası
- 25 yıldan fazla

EK 2. Sosyal Sorumluluk Ölçeği

Yasal boyut	Oldukça katılıyor	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum
1. Yıllık ve aylık raporlar düzenli olarak hazırlanıp sunulur.					
2. Organizasyonel politikalar bilginin kullanılabilirliğini destekler.					
3. Örgüt, denetim olmasa bile, kendisini hükümet yasalarına ve koşullarına uymakla yükümlü olarak kabul eder.					
4. Raporların hazırlanması ve derlenmesinin düzenli ve sistematik bir süreci vardır.					
5. Örgüt, hükümete ve vergi makamlarına karşı yeterince şeffaftır.					
6. Örgütün çalışmasının temeli, paydaşlar ve hissedarlar ile ilişkilerde dürüstlüğü gözetmektir.					
7. Örgüt her zaman çevreyle ilgili hükümet yasalarını uygular.					
8. İş yapma ve çalışanları koruma kurallarına büyük ölçüde uyulur.					
Ekonomik boyut	Oldukça katılıyor	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum
1. Kurumsal sosyal sorumluluklara dikkat etmek, karlılık hedeflerine daha iyi ulaşmada etkili olmuştur.	1				

2. Örgüt sosyal faaliyetlere her zaman çok fazla zaman, para ve kaynak harcamaktadır.					
3. Sosyal sorumluluğa bağlılık, örgütün uzun vadeli karlılığı için esastır.					
4. Kuruluşun sosyal faaliyetlere katılımı arttıkça geliri artar.					
5. Kuruluşumun sosyal faaliyetlere yaptığı yatırıma katılıyorum.					
6. Kurumsal sosyal sorumluluğa dikkat etmek, organizasyonum için rekabet avantajı yaratır.					
7. Kurumsal sosyal sorumluluğun vurgulanması, finansal kaynaklara erişimi kolaylaştırır.					
8. Şirketlerin sosyal faaliyetlerini gerçekleştirmelerinin önündeki en büyük engellerden biri maliyetinin yüksek olmasıdır.					
9. Sosyal sorumluluğu daha iyi gerçekleştiren organizasyonlarda çalışanlar daha verimlidir.					
Etik boyut	oldukça katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum

1. Örgütte, rekabette etik ilkelere uymanın her şeyden daha çok tercih edildiği inancı vardır.					
2. Sosyal sorumluluğa daha fazla önem veren organizasyonlarda çalışan memnuniyeti daha iyi yapılır.					
3. Vatandaşlar, sosyal sorumluluğu daha çok önemseyen şirketlere daha iyi bakarlar.					
4. Sosyal sorumluluk duygusu yüksek örgütlerde çalışanların müşterilere / müşterilere karşı muamelesi daha iyidir.					
5. Motivasyon ve iş yapma becerisi					
6. Sosyal olarak daha sorumlu hisseden örgütte daha fazla çalışan vardır.					
7. Örgüt itibarını ve güvenilirliğini her zaman olumlu bir şekilde kullanmaya çalışır.					
8. Örgütte, kalite ve maliyeti düşürmek için müşterilerin / müşterilerin beklentilerinin feda edilmemesi gerektiğine dair genel bir inanç vardır.					
9. Örgüt her zaman yardım ve yardım programlarına katılmaya karardır.					

10. Sosyal sorumluluk yapmak, örgütümüzün en önemli görevlerinden biridir.					
11. Örgütümüzün sosyal sorumluluğu desteklemesi konusunda iyi hissediyorum.					
Ulusal boyut (hayırseverlik)	oldukça katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum
1. Örgütün toplumla etkileşim için birçok operasyonel planı vardır.					
2. Örgütün paydaşlarla düzenli etkileşimi vardır ve paydaş görüşlerini alır ve analiz eder.					
3. Örgüt, sosyal sorumluluk derneklerine aktif olarak katılır.					
4. Örgüt, yerel toplulukta becerilerin geliştirilmesini kolaylaştırmak için eğitim programlarına sahiptir.					
5. Şirketin insani ve yardım faaliyetleri, şirketin iş faaliyetleri ve şirketin iş stratejileri ile orantılıdır.					
6. Örgüt, bilimsel ve kültürel programlara katılır.					

EK 3. Bağlılık Ölçeği

Duygusal bağlılık	olduğa katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum
1- Örgütün sorunlarının ve sorunlarının benim sorunlarım ve sorunlarım olduğunu hissediyorum.					
2- Çalıştığım örgüt mevcut tüm örgütlerden daha iyi.					
3- Bu örgütün bir üyesi olduğumu söylemekten gurur duyuyorum					
4. Bu örgüt benim için çok önemli.					
5. Örgüte güçlü bir aidiyet hissediyorum					
6. Üyesi olduğum bir aile olarak örgütümün de üyesi olabilirim.					
7. Bir kişinin her zaman örgütüne sadık olması gerektiğini düşünüyorum.					
Sürekli taahhüt	olduğa katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum
8. İşimi bıraktıktan sonra olabileceklerden korkuyorum.					
9. Örgütümden ayrılmak istesem bile artık örgütümden ayrılmak benim için çok zor.					

10- Bu zamanda örgütten ayrılmak benim için çok daha iyi ve paraya mal olmuyor.					
11. Kuruluştan ayrılırsam daha iyi bir iş bulabilirim.					
12- Kuruluştan ayrılırsam işsizlik ve başka bir kuruluşta alternatif iş bulamama ihtimali var.					
Normatif taahhüt	oldukça katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum
13. Örgütte kalmanın ana nedenlerinden biri sadakatin çok önemli olduğuna inanmam ve bu nedenle kalmak için ahlaki bir zorunluluk hissetmemdir.					
14. Başka bir örgütte daha iyi bir iş teklif edilirse, örgütten ayrılıyorum.					
15. Örgütüme bağlılığın bir değer olduğunu öğrendim					
16. Bir örgütte diğerine gitmek yapılacak doğru şey değildir					
17. Üzgünüm, bu kadar çok insan bu örgütten ayrılıyor.					

