

## İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALGILAMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Prof. Dr. İnan ÖZALP\* Doç. Dr. H. Zümrüt TONUS\*\*  
Arş. Grv. Muammer SARIKAYA\*\*\*

### ÖZ

*İşletmelerin başarısında sosyal sorumluluklarının önemi giderek artmaktadır. İktisadi ve idari bilimler fakülteleri öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamaları, gelecekte işletmelerin sahibi, hissedarı, yöneticisi, muhasebecisi, pazarlamacısı, ya da müşterisi gibi bir paydaşı olarak, iş dünyasının sosyal sorumluluk bilincinin yerleşmesinde oldukça önemli olacaktır. Literatürde yer alan araştırmalar öğrencilerin sosyal sorumluluk farkındalığına lisans eğitiminde yer alan konular ve dersler sırasında yapılan tartışmalarla ulaştığını göstermektedir. Bu çalışmada, öğrencilerin sosyal sorumluluğun önemini algılamalarının demografik özelliklerden özellikle cinsiyete göre farklılaşma gösterdiğine, ayrıca İİBF'nde farklı bölümlerde okuyan öğrencilerin algılama farklılıklarına değinilmiştir. Araştırma sonuçlarında, işletme bölümü öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra cinsiyet göz önüne alındığında kız öğrencilerin algılama düzeyleri tüm bölümlerde erkek öğrencilerden daha yüksek çıkmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** paydaşlar, kurumsal sosyal sorumluluk, iş etiği, işletme öğrencilerinin algılamaları

## A RESEARCH ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERCEPTIONS OF FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES STUDENTS

### ABSTRACT

*Importance of social responsibility in businesses success increases day by day.. Social responsibilities perception of Faculty of Economics and Administrative Sciences students as prospective stakeholders like business owners, shareholders, managers, accountants, marketing expert, or customers, will be essential in the settlement of responsibility consciousness in business world. Existing research shows that students reach social responsibility awareness through issues and discussions in undergraduate education. In this study, it is stated that students' perceptions of the importance of social responsibility, change in respect to demographic factors, especially gender; and differences in social responsibility perceptions of student from different faculty departments are mentioned. The results of this research exposed that business administration department students' social responsibility perceptions are more developed than that of other departments' students. Besides, when gender is considered, females' level of perception is found to be higher than that of males in all departments.*

**Keywords:** stakeholders, corporate social responsibility, business ethics, business students' perceptions

\* Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, e-mail: iozalp@anadolu.edu.tr

\*\* Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, e-mail: zguven@anadolu.edu.tr

\*\*\* Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, e-mail: muammers@anadolu.edu.tr

## 1. GİRİŞ

İşletmelerin, yaşamımızda gücü ve öneminin giderek artması, sorumluluklarında da artışa yol açmaktadır. İşletmelerin bu sorumluluklarını nasıl algıladığının yanı sıra çeşitli paydaş grupları içinde yer alan bireylerin de bu sorumlulukları nasıl algıladıkları ve ne düzeyde önemsedikleri oldukça önemlidir. Bu anlamda gerek kamu kurumlarında gerekse özel sektör işletmelerinde yer alacak olan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluğu nasıl algıladığı önümüzdeki dönemlerde bu alanların sorumluluk anlayışları için önemli ipuçları verecektir.

Bu amaçla başlayan çalışma, İ.İ.B.F öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik algılarını, fakülte de yer alan bölümler açısından algı farklılıklarını ve bu algıların cinsiyete göre değişip değişmediğini araştırmaktadır.

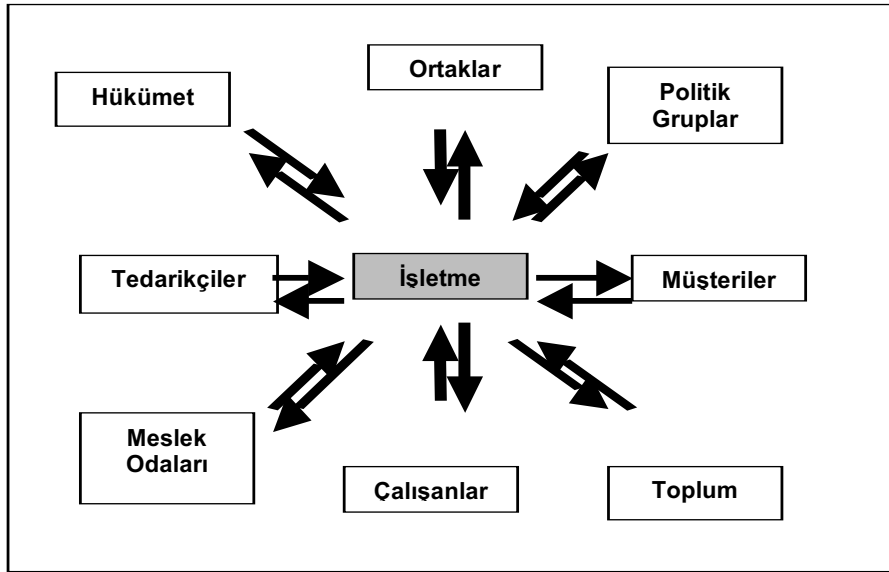
## 2. LİTERATÜR TARAMASI

### 2.1. Paydaşlar ve Paydaş Yönetimi

Paydaş ve paydaş yönetimi kavramı, Edward Freeman'ın (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach* adlı kitabında ortaya atılmış ve Freeman'ın yaptığı paydaş tanımlaması büyük kabul görmüştür. Freeman paydaşı; "Organizasyonun başarısından etkilenen ve veya başarısını etkileyen bir grup veya kişi" olarak tanımlamaktadır (Key, 1999, s.319-320).

İşletmede çeşitli türlerde bir ve/veya daha fazla paylara sahip birey ve gruba paydaş adı verilmektedir. Paydaşlar, işletmenin faaliyetleri, kararları, politikaları veya uygulamalarından etkilenebildiği, örgütlerin faaliyetleri, kararları, politikaları veya uygulamalarını etkileyebilirler. Paydaş kavramını değerlendirmede, pay kavramını anlamak yardımcı olacaktır. Pay, bir girişimdeki çıkar veya hissedir. Eğer bir grup akşam yemeğine çıkmayı planlıyorsa, gruptaki her insan, grubun kararında bir paya ve çıkara sahiptir. Grubu oluşturan her birey vereceği kararda, harcayacağı hiç parası olmasa da o kişinin çıkarını da dikkate alır. Pay aynı zamanda bir haktır (Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 65-66).

Paydaş kavramı, işletmenin sınırlarını, sorumluluklarını ve yönetim biçimini yeniden şekillendirmesine yol açmaktadır. Çünkü mevcut iş çevresinde işletmenin ayakta kalabilmesinde ve başarısında etkili olan tüm birey ve/veya grupların işletme üzerinde çeşitli şekillerde payı vardır. Bu pay, işletmenin sorumluluklarını belirlemesine ve sınırlarını yeniden çizmesine imkân sağlamaktadır. Bu nedenle paydaş yönetimi, işletmeler tarafından son dönemlerde hassasiyetle üzerinde durulan bir konu olmanın yanı sıra varlığını sürdürebilmenin önemli bir anahtarı olarak görülmektedir. Bu bağlamda paydaş yönetimi, işletmenin faaliyetlerini gerçekleştirirken ilgili tüm paydaşların beklenti ve ihtiyaçlarını dikkate almayı vurgulamaktadır.



*Şekil 1. İşletmelerde Paydaş Modeli*

**Kaynak:** Donaldson ve Preston, 1995,s.69.

Paydaşlar çeşitli biçimlerde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmalardan ilki paydaşları iç ve dış paydaşlar olmak üzere ikiye ayıran yaklaşımdır. İç paydaşlar işletmenin çalışanları ve sahipleri iken dış paydaşlar müşteriler, sendikalar, tedarikçiler, dağıtımclar, hükümet ve yerel yönetimler şeklinde ele alınabilmektedir (Özalp,2001,s.10-13). En çok dikkat çeken sınıflamalardan bir diğeri ise Wheeler ve Sillanpaa'nın yaptığı birincil ve ikincil paydaş sınıflamasıdır (Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 66-69). Bu sınıflama tablo 1'de görülmektedir.

*Tablo 1. Sosyal Paydaş Sınıflandırması*

| <b>Birincil Sosyal Paydaşlar</b>   | <b>İkincil Sosyal Paydaşlar</b>  |
|--|--|
| Hissedarlar ve yatırımcılar<br>Çalışanlar ve yöneticiler<br>Müşteriler<br>Yerel toplumlar<br>Tedarikçiler ve diğer işletme ortakları | Hükümet ve düzenleyiciler<br>Sivil toplum kuruluşları<br>Sosyal baskı grupları<br>Medya ve akademik yorumcular<br>Meslek odaları |
| <b>Birincil Sosyal Olmayan Paydaşlar</b>   | <b>İkincil Sosyal Olmayan Paydaşlar</b>  |
| Doğal çevre<br>Gelecek nesiller  | Çevreci baskı grupları<br>Hayvan haklarını koruma örgütleri  |

**Kaynak:** Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 73.

Günümüzde mükemmellik, yalnızca müşteriye bağlı değildir, aynı zamanda işletmenin tüm paydaşları olan, müşteriler, hissedarlar, tedarikçiler, işgörenler ve genel anlamda toplumu tatmin eden sürekli bir dengeyi sağlamaya bağlıdır. Bu, her bir paydaşın rol ve gereksinimlerini tespit etmek için gerekli olan sistematik bir örgüt anlayışıdır. Ayrıca, yeni paydaş yaklaşımı karşılıklı paydaş ilişkilerinin önemini vurgulamaktadır (Lorca ve Diez, 2004, s.94).

Diğer yandan, paydaş yönetiminde temel amaç, işletmenin birincil paydaşlarının amaçlarına ulaşması ve

diğer paydaşlara etiğe uygun muamele edilmesi ve aynı zamanda hoşnut edilmesine dikkat etmeyi vurgulamaktadır. Bu, klasik kazan-kazan anlayışıdır. Ancak her zaman böyle olmaz, sadece yönetimin uzun dönem çıkarlarını korumak için izlediği yerinde bir hedeftir. Yönetimin ikinci en iyi alternatifi, işletme sahipleri ve yatırımcıların önemli rolünü hatırladıkça tutarken, birincil paydaşlarının amaçlarını karşılamaktır (Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 73).

Paydaş yönetimi, yöneticilerin işletmenin amaçlarını yerine getirmek için nispeten tatmin edilmesi gereken pek çok grup olduğunun farkına vardıklarından beri önem kazanmaktadır. Hala hissedarların yatırımlarında getiri olarak kârların önceliği ve gerekliliği kabul edilmektedir ancak aynı zamanda diğer paydaşların talepleri ve istediklerini elde etmedeki başarının gelişmesi de göz önüne alınmaktadır (Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 73).

Paydaş yönetimi açısından tepe yöneticilerine düşen birtakım görevler vardır. Bunları şöyle sıralamak mümkündür (Weiss, 2003, s. 119):

- Örgütlerin misyonunu rekabet açısından tanımlama ve yönlendirmenin yanı sıra sosyal ve etik açıdan da tanımlamak ve yönlendirmek,
- Paydaşlarla karşılıklı güvene dayalı ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri sürdürmek,
- Paydaşların ihtiyaçlarına yalnızca ekonomik ve faydacı bir boyutta değil bununla ötesinde bir bakış açısıyla ilgi ve önem gösterildiğini paydaşlara yansıtmak,
- İşletmenin politika ve uygulamalarında paydaşlara karşı duyarlı olmak ve onların beklenti ve ihtiyaçlarını dikkate almaktır.

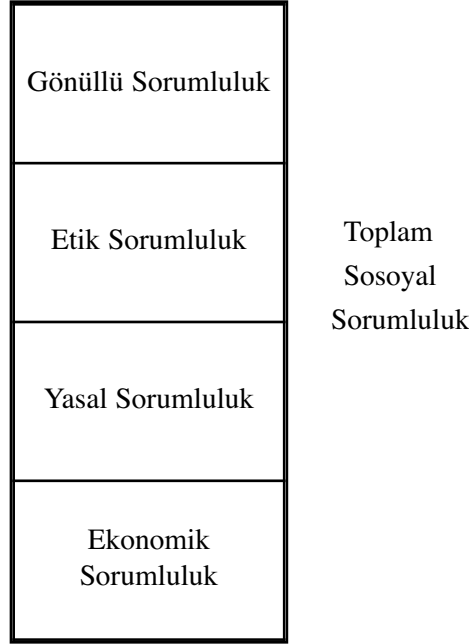
## 2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

İşletmelerin sorumluluğu uzun yıllardır üzerinde durulan bir konudur. Özellikle sosyal sorumluluk kavramı 1950'lerden önce işletme sahiplerinin sorumluluğu olarak algılanmıştır. Ancak kurumsal bir sosyal sorumluluk anlayışı yaklaşık yarım asırdır ele alınmaktadır. Bunda işletmelerin kurumsal bir yapıya kavuşması, etki alanlarının giderek artması ve topluma karşı sorumluluklarının olduğunun kabul edilmesinin önemli bir payı vardır.

İşletmenin topluma karşı sorumluluklarının olduğu anlayışı Bowen'a (1953), kadar gitmektedir. Bowen, işletme yöneticilerinin toplumumuzun amaçları ve değerlerine uygun hareket etmesi ve bu değerlerle örtüşen politikalar yapması ve kararlar vermesi gerektiğini vurgulamaktadır (Elias, 2004, s. 268).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı farklı yazarlar tarafından farklı şekillerde tanımlanmış ve ele alınmıştır. Friedman (1970), işletmelerin sosyal sorumluluğunun yasal sınırlar çerçevesinde ekonomik sorumluluklarını yerine getirmeleri olarak tanımlamakta ve hissedarların sermayelerini gereksiz şekilde kullanılmasının sorumsuzluk olduğunu ileri sürmektedir. Bunun aksine, McGuire (1963), Davis (1973), Stone (1975), Carroll (1979) ve Frederick (1987) gibi yazarlar işletmelerin yalnızca ekonomik ve yasal yükümlülüklerinin olmadığını aynı zamanda topluma karşı bunların ötesinde sorumluluklarının olduğunu savunmaktadır (McGee, 1998, 378).

Özellikle Drucker (1984), Porter ve Kramer (2002) gibi birçok yazar; pazar fırsatları, verimlilik, insan yeterliliği ve işletmelerin faaliyet gösterdikleri iş çevresinin kalitesi gibi rekabet ortamının gelişimi bakımından sosyal sorumluluk ve iş fırsatları arasında olumlu bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır (Tencati ve diğ. 2004, s. 175).



**Şekil 2. Sosyal Sorumluluğun Dört Alt Grubu**

**Kaynak:** Carroll, 1979, s.499.

Carroll şekil 2’de görülen modelinde sosyal sorumluluğu dört alanda toplamakta ve işletmenin sosyal sorumluluklarını yerine getirmesinin bu sorumlulukları gerçekleştirmekten geçtiğini vurgulamaktadır. Ekonomik sorumluluğu en temel sorumluluk olarak ele alan Carroll dört sosyal sorumluluk çeşidini şu şekilde açıklamaktadır:

- **Ekonomik sorumluluk:** İşletme ne kâr amacı gütmeyen ne de yardım amaçlı bir kuruluştur. Faaliyetleri sonucunda kâr elde etmeyi düşünen bir yapıya sahiptir. Elde ettiği ekonomik sonuçlar kendisi için çok önemlidir. Toplumdaki insanların ihtiyaç duydukları mal ve hizmetleri üreten ve satan sonucunda ise kâr sağlayan kuruluştur. Sosyal sorumluluk, işletmelerin kâr elde etmekle, bu kârı elde etmek için katlandığı maliyetler arasında denge kurmayı gerektirir (Dalyan ve Gökbel, 2005, s.4). Bu anlamda ekonomik sorumluluk işletmelerin en temel sosyal sorumluluğudur.
- **Yasal sorumluluk:** Örgütler çeşitli nedenlerle yasallık üzerinde durmaktadırlar. Yasallık üç kısımda incelenebilir. Bunlar ahlak yasallığı, süreç yasallığı ve yapısal yasallıktır. Toplumdaki insanlar ekonomik amaçlarına ulaşmak isteyen işletmelerin aynı zamanda yasal çerçeve içinde faaliyet göstermelerini istemektedir.
- **Etik sorumluluk:** Yasal ve ekonomik sorumluluk yerine getirilirken topluma hizmet anlayışı ve insanların yanlış yönlendirilmeleri konusunda önemli adımlar atılmasına karşın bunun ilerisine geçerek etik anlayış içinde faaliyet göstermek işletmenin görevidir.



- **Gönüllü sorumluluk:** Bu sorumluluk işletmenin yukarıda belirtilen sorumlulukları dışında paydaşlara sağlayacağı hizmetleri içermektedir. Müşterilere hizmet bölgeleri kurmak, ücretsiz eğitim programları yapmak gibi gönüllülük esasıyla yapılan faaliyetlere örnek verilebilir (Özalp ve Tonus, 2004, s.170-171).

Kurumsal sosyal sorumluluğun temel düşüncesi, işletmenin hissedarlara, çalışanlara, tedarikçilere ve müşterilere yönelik yasal sorumlulukların ötesinde sorumlu davranışlarda bulunmasının gerekliliğidir. İşletmeden yaptığı faaliyetlerin toplumla ve doğal çevreyle ilgili ekonomik olmayan sonuçları içinde tam olarak sorumlu davranması beklenmelidir. Ancak toplumların işletmelerden beklentileri farklılık göstermektedir. Bunda ekonomik ve toplumsal gelişmişlik düzeyinin de önemli bir etkisi vardır. Gelişmişlik düzeyine ve diğer faktörlere bağlı olarak paydaşların işletmeden beklentileri ve işletmelerin sorumlulukları da değişmektedir (Robins, 2005, s. 96).

Günümüzde işletmelerin paydaşlarını göz boyayan sorumluluk çalışmalarıyla tatmin etmesi mümkün olmamaktadır. Örneğin, öncelikli paydaş gruplarından biri olan müşteriler, ürün kalitesi, fiyatı, bulunurluğu ve hizmet hakkında daha da fazla bilgi sahibidirler ve iş yaptıkları işletmeler konusunda daha seçici olmaktadır. Avrupa'daki araştırmalar işletmelerin somut kanıtlarla desteklemedikleri çevresel ve toplumsal sorumluluk iddialarına halkın yüzde doksanının inanmadığını göstermektedir. Amerika'da yapılan bir başka araştırmada ise, tüketicilerin yüzde kırkıdan fazlasının, fiyat ve kalite birbirine yakın olduğu zaman, seçimlerini işletmeler için gerçekten önemli olan konulara göre yaptığını ortaya çıkarmaktadır (Laszlo, 2003, s.114). Kurumsal sosyal sorumlulukta işletmenin hem iç hem de dış paydaşlara karşı sorumluluğu çok önemlidir. Bir iç paydaş olan çalışanlar; personel seçimi, performans değerlendirme gibi süreçlerin objektif ölçütlere göre ve fırsat eşitliği sağlanması işletmeyi sosyal sorumluluk açısından değerlendireceklerdir.

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmenin sorunlarını çözmek ve politik ve yasal çevreyle ilişkili fırsatları yakalamak için tasarlanan stratejinin bir parçasıdır. Sosyal sorumluluğu yönetmek isteyen yöneticiler, iç ve dış çevreyi bir bütün kabul ederek değerlerin uyumu için çalışmalıdırlar. Günümüzde işletmeler ile toplumun karşılıklı güvene dayalı ilişkiler geliştirmesi zorunlu bir ihtiyaçtır (Çelik, 2007,s.81).

Kurumsal sosyal sorumluluk bilinci işletmelere şu fırsatları sağlamaktadır (Özkol ve diğ. 2006, s.138):

- İşletmelerin marka değerleri ve piyasa değerlerini artırır.
- Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık potansiyeli artar.
- Yeni pazarlara girme ve müşteri bağlılığını sağlamada önemli avantajlar sağlar.
- Daha kaliteli mal ve hizmet sunulmasında etkin bir rol oynar.
- Risk yönetimi daha etkin hale gelir.
- Toplumun ve kural koyucuların işletmenin görüşlerine önem vermesini sağlar.

Kurumsal sosyal sorumluluklarının bilincinde olan işletmeler, yeni pazarlara girme ve müşteri sadakati kazanma gibi önemli rekabet üstünlükleri elde etmektedir. Dünyada birçok fon ve kurumsal yatırımcılar, bir işletmeye yatırım yapmadan önce, o işletmenin kurumsal sosyal performansını değerlendirmeye başlamıştır (Aktan, 2006, s. 64). Bunun farkında olan işletmeler, kurumsal sosyal performanslarına önem vererek, geliştirmenin yollarını aramaktadır.

İşletmeler paydaşlarına yönelik uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarlarıyla sağlam bir kurumsal itibar elde edebilmekte, faaliyet giderlerini azaltmakta, finansal performanslarını geliştirmekte ve marka değerlerini yükseltebilmektedir (Özkoç ve diğ 2006, s. 138).

Araştırmacılar, kurumsal sosyal sorumluluk ve kârlılık arasındaki ilişkiyi 30 yılı aşkın bir süredir incelemektedir. Hala tanımlayıcı bir cevap olmamasına rağmen, en son araştırmalar iyi yönetilen ve güçlü paydaş ilişkilerine sahip işletmelerin, yalnızca kâr-zarar hesabına odaklanan işletmelerden daha iyi çalışma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda araştırmalar, hisse senedi piyasalarının her zaman sosyal sorumlu olan işletmeleri ödüllendirmezlerken, etik olarak yanlış yapmalarından dolayı suçlananları cezalandırırlar. Örneğin işletmenin çevreye verdiği zararların duyulmasından sonra işletmenin hisse senedi değeri önemli ölçüde düşebilir. İşletmelerin, paydaşların güvenini kazanması, uzun süre fiyatları aynı düzeyde tutmasına bağlıdır (Svendsen, 1998, s. 17).

Özgener 'in 2000 yılında yaptığı araştırmada, 500 büyük imalat sanayi işletmesinin yöneticileri Türkiye'de iş ahlakının kurumsallaşmasında en etkili faktörün "eğitim" olduğunu vurgulamışlardır (Özgener, 2004, s.125). Bu sonuç çalışmamızın başlangıç noktasını da oluşturmuştur. Özellikle kamu ve özel sektöre orta ve üst düzey yöneticilik pozisyonlarına eleman yetiştiren iktisadi ve idari bilimler fakültelerinde verilen eğitimin niteliği, sosyal sorumluluğun kurumsallaşmasında önemli bir yere sahip olacaktır.

### **3. İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ AÇISINDAN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK**

Kurumsal sosyal sorumluluğun gelecekteki başarısı, gelecek kuşakların tutumlarına bağlıdır. Gelecek kuşaklar bir müşteri veya yönetici olarak işletme ve toplum arasındaki ilişkileri etkileyecektir. Genellikle genç kuşak, sosyal ve çevresel konularda daha açık olunması taraftarıdır (Sobczak, Debuquet, Harvard, 2006, s. 463).

İşletmenin sosyal sorumluluğuna verilen önemin artması, öğrenciler üzerinde yapılan araştırmaların artmasına neden olmaktadır. Gioia (2002), hissedarlarının çıkarlarının artırılmasının, işletmenin temel sorumluluğu olduğuna inanan öğrencilerin oranının ilk yılın sonunda %68'den %82'ye çıktığını belirtmiştir (Elias, 2004, s. 269).

Özellikle işletme ve mühendislik eğitimi veren okullar, hem kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve uygulamasına yönelik araştırmalar geliştirerek hem de eğitim ve öğretim programlarındaki kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik görüşleriyle önemli role sahiptir. Akademik kuruluşlar, kurumsal sosyal sorumluluk stratejisinin işletmelerin uzun dönem performansına olumlu etkisi ve sağlam, bütünleşik bir kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımını tanımlayan araçlar ve prosedürler hakkında bilgiye sahip günümüz ve gelecekteki yönetici ve mühendisleri sağlamaktadır. Bu kuruluşlar, aynı zamanda öğrencilerin ve genç yöneticilerin işletmelere ve onların topluma karşı sorumluluklarına yönelik algısını etkilemektedir (Sobczak, Debuquet, Harvard, 2006, s. 464).

Literatürde öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamalarını ölçen çok sayıda araştırma vardır. Bu araştırmalarda mümkün olan açıklanabilir değişken olarak demografik faktörler kullanılmıştır.

Kraft (1991) sosyal sorumluluk algılamalarında iş tecrübesinin nispi önemini araştırmıştır. Yönetici gibi davranan lisans öğrencilerinin finans, pazarlama ve insan kaynakları öğrencilerine göre sosyal sorumluluğu daha az önemli bulduklarını ortaya koymaktadır (Kraft, 1991, s. 179).



Kraft ve Singhapakdi 1995 yılında yaptıkları araştırmada etkinlik ile sosyal sorumluluk arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışma yapmışlardır. Öğrencilerden birer yönetici gibi yanıt vermeleri istendiğinde ilk araştırmasıyla benzer sonuçlar elde etmişlerdir. Öğrenciler işletmelerin etkinliğinde sosyal sorumluluğun temel belirleyici olmadığını düşünmekteydiler. Ancak iş deneyimi olan yüksek lisans öğrencileri iş tecrübesi olmayan lisans öğrencileriyle kıyaslandığında işletmelerin sosyal sorumluluğunun etkinlik için daha önemli olduğunu belirtmişlerdir. Bu iki çalışmaya dayanarak işletmelerin sosyal sorumluluğunu algılamaya yönelik eğitimin ve yaş'ın lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin farklılıklarını açıklayıcı değişkenler olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Benzer şekilde Kumar'da 1995 yılında yaptığı sosyal uyumla ilgili araştırmada öğrencilerin algılamalarında iş tecrübeleri ve yaşlarının etkili olduğunu ortaya koymuştur (Elias, 2004, s. 270).

Literatürde yer alan araştırma sonuçları, kadın yöneticilerin iş yaşantısında daha fazla yer aldıklarını vurgulamaktadır. Bu eğilim "etik karar verme" konusundaki ilgiyi de uyandırmaktadır. Araştırmacıların birçoğuna göre etik konulardaki problemlerin çözümünde kadın ve erkekler birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Genel bir sonuç olarak, erkekler etik konuları daha çok adalet, kurallar ve bireysel haklar olarak algılamakta, kadınlar ilişkiler, ilgi gösterme ve merhamet kavramlarıyla ilişkilendirerek algılamaktadırlar (Uzel, 2006, s.167).

Cinsiyete dayandırılarak yapılan pek çok araştırmada etik algılamada erkeklerle kadınlar arasında fark olduğu ortaya çıkarılmıştır. Borkowski ve Urgas'ın 1998'de yaptığı araştırmada kız öğrencilerin etik kurallara uymada erkeklerden daha katı oldukları ortaya çıkmıştır. Paul ve diğerlerinin 1997 yılında yaptığı araştırmada kız öğrencilerin işletmelerin sosyal sorumluluğuna konusunda erkek öğrencilere göre daha hassas olduklarını bulmuşlardır. Burton ve Hegarty'de benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Jeffrey'in 1993 yılında öğrencilerin eğitim aldıkları temel alanın etik algılamalarında açıklayıcı bir değişken olup olmadığını araştırmıştır. Elde edilen sonuç, muhasebe temel alanında eğitim alan öğrencilerin diğer tüm işletme alanlarına göre daha yüksek etik gelişme gösterdiği yönünde olmuştur. Cohen ve arkadaşlarının 1998 yılında yaptığı araştırmada da muhasebe temel alanında öğrenim gören öğrenciler ve kız öğrencilerin diğer işletme alanlarında eğitim gören öğrenciler ve erkeklerden etik olarak belirsiz (muğlak) durumlarda daha az etik gördükleri ortaya çıkmıştır. Gordon'un 1998 yılında yaptığı araştırmanın sonucunda ise, öğrencilerin sınıflarında yaptıkları yoğun okuma çalışmaları ve tartışmaların, sosyal sorumluluk algılamaları üzerinde çok önemli bir etki yaptığı ortaya çıkmıştır (Gordon, 1998, s. 44 ve Elias, 2004, s. 270).

Türkçe literatürde öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamaları üzerine yapılmış çalışma sayısı oldukça az olmasına rağmen Uslu'nun 1996 yılında yapmış olduğu çalışmada işletme öğrencilerinin iş ahlakına yönelik tutum ve davranışları ortaya koyulmuştur. Bu çalışmada kadınların erkeklere göre işletmenin sosyal sorumluluğuna daha fazla önem verdikleri ortaya çıkmıştır (Uslu, 1996, s.38-39). Ay'ın 2003 yılında yayınladığı çalışma, işletme bölümünde lisans ve yüksek lisans yapan öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamaları üzerinedir. Lisans ve Yüksek lisans öğrencileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı ifade edilmiştir. Uslu'nun ve Ay'ın çalışmalarında özellikle cinsiyet konusunda paralel sonuçlar elde edilmiştir (Ay, 2003, s.124-125).

## 4. METODOLOJİ

### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

İş dünyasında orta ve üst kademe personel olarak yer alabilmesi amacıyla İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde yetiştirilen öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamaları gelecekte iş dünyasının etik pozisyonunu belirleyici unsurlardan en önemlisi olacaktır.



Bu noktadan hareketle araştırmanın temel amacı İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri öğrencilerinin işletmelerin sosyal sorumluluğuna ilişkin algılamalarını belirlemektir.

Araştırmanın alt amaçları ise;

- öğrencilerin fakültede öğrenim gördükleri bölüme,
- cinsiyetlerine,

Araştırma hipotezleri araştırma alt amaçları doğrultusunda hazırlanmıştır. Buna göre;

- 1.H<sub>0</sub>- İİBF öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarında öğrenim gördükleri bölüme göre bir fark yoktur.
- 2.H<sub>0</sub>- İİBF öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarında cinsiyetlerine göre bir fark yoktur.

## **4.2. Örneklem**

Araştırma amacı doğrultusunda İİBF öğrencileri “kolayda örnekleme” yöntemiyle Anadolu Üniversitesi İİBF öğrencileri olarak belirlenmiştir. Araştırmacılar açısından ekonomik ve ulaşılabilir olması nedeniyle kolayda örnekleme gidilmiştir. 2006-2007 eğitim öğretim yılı bahar dönemi içinde fakülteye kayıtlı öğrencilerden hazırlık sınıfı ve birinci sınıf öğrencileri hariç 2091 öğrenci örnekleme oluşturmuştur. Hazırlık sınıfı eğitiminin Yabancı Diller Yüksekokulu tarafından veriliyor olması ve birinci sınıfta öğrencinin fakülte ortamına ve derslerine geçiş aşamasında olduğu varsayılarak ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri araştırma örnekleme dahil edilmiştir. Araştırmaya katılan 730 öğrenci örneklemin % 34,9'unu oluşturmaktadır.

## **4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Analizi**

Araştırma verileri literatürde yer alan (Elias, 2004) ölçekten yararlanılarak 5'li Likert ölçekli anket formu biçiminde hazırlanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmuştur. İlk bölüm de demografik bilgiler yer almaktadır. İkinci bölüm de ise öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamalarını ölçmek için 20 soruluk bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçeğin alpha güvenilirlik katsayısı 0,91 dir. Veriler, 1 Mart 2007-16 Mart 2007 tarihleri arasında iki, üç ve dördüncü sınıf öğrencilerinin ders saatlerinden önce sınıf ortamlarında yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanmıştır.

Araştırma amacına uygun olarak elde edilen veriler SPSS 14.0 programı yardımıyla değerlendirilerek öncelikle frekans analizi daha sonra ise ki-kare, korelasyon analizi ve varyans analizi analizine tabi tutulmuştur. Araştırmamızda tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Ortalamalar arası farkların önem dereceleri test edilirken tüm analizlerde hata p<0,05 olarak alınmıştır.

## **4.4. Araştırma Bulguları ve Yorum**

Araştırma bulguları demografik bilgilere ilişkin bulgular, hipotezlere ilişkin bulgular olarak gruplandırılarak incelenmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu (415 öğrenci, %56,8) 21 ila 25 yaşları arasındadır. Örneklem oluşturulurken hazırlık ve birinci sınıfların dahil edilmemesi yığılmanın bu yaş grubunda olması sonucunu doğurmuştur.

Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu (289 öğrenci %39,6) iktisat bölümü öğrencisidir. İktisat bölümünü işletme bölümü (238 öğrenci %32,6) ile takip etmektedir. Maliye ve çalışma ekonomisi endüstri ilişkileri bölümünün daha az sayıda kalması bu bölümlerin sahip olduğu öğrenci sayılarının diğer bölümlere göre daha az olmasına bağlıdır. Bu durum, araştırmada bölümlerin yaklaşık olarak eşit oranda temsil edildiğini göstermektedir.

**Tablo 2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Özellikleri**

| Öğrencinin yaşı                | Frekans    | %          |
|--------------------------------|------------|------------|
| 17-21                          | 298        | 40,8       |
| 21-25                          | 415        | 56,8       |
| 26-29                          | 17         | 2,3        |
| <b>Toplam</b>                  | <b>730</b> | <b>100</b> |
| Okuduğu bölüm                  | Frekans    | %          |
| işletme                        | 238        | 32,6       |
| iktisat                        | 289        | 39,6       |
| maliye                         | 125        | 17,1       |
| çeko                           | 78         | 10,7       |
| <b>Toplam</b>                  | <b>730</b> | <b>100</b> |
| Cinsiyet                       | Frekans    | %          |
| erkek                          | 381        | 52,2       |
| kadın                          | 349        | 47,8       |
| <b>Toplam</b>                  | <b>730</b> | <b>100</b> |
| Çalışma durumu                 | Frekans    | %          |
| çalışmıyor                     | 678        | 92,9       |
| yarı zamanlı çalışıyor         | 35         | 4,8        |
| tam zamanlı çalışıyor          | 17         | 2,3        |
| <b>Toplam</b>                  | <b>730</b> | <b>100</b> |
| Kavram bilgisi                 | Frekans    | %          |
| daha önce duymadı              | 45         | 6,2        |
| duydum ama ayrıntılı bilgi yok | 421        | 57,7       |
| bölüm derslerin de incelendi   | 166        | 22,7       |
| bu konuda ders aldı            | 98         | 13,4       |
| <b>Toplam</b>                  | <b>730</b> | <b>100</b> |

Araştırmaya katılan öğrencilerin %52'si (381 öğrenci) erkek, %48'i kız öğrencidir. Örneklem cinsiyetler açısından bakıldığında yaklaşık olarak eşit bir temsil söz konusudur. Hipotezlerden birinin 'sosyal sorumluluk algısının cinsiyetlere göre değişimi' dikkate aldığı düşünülürse bu yakınlık olumlu olarak değerlendirilebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu (678 öğrenci, %93) öğrenimine devam ederken herhangi bir işte çalışmadığını belirtmiştir. 35 öğrenci (%5) yarı zamanlı işte çalıştığını, 17 öğrenci (%2) ise tam zamanlı olarak bir işte çalıştıklarını belirtmiştir. Öğrencilerin çoğunluğunun çalışmıyor olması 'sosyal sorumluluk algılaması' açısından öncelikle lisans eğitiminin etkisinde olabileceklerdir.

Öğrencilerin işletmelerin sosyal sorumluluğunu algılama düzeylerini değerlendirebilmek için kavramı bilip bilmedikleri ve hangi yolla öğrendikleri incelenmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun (421 öğrenci, %57,7) kavramı duydukları ama ayrıntılı bilgilerinin olmadığı görülmektedir. Öğrencilerin sadece %36'sı lisans eğitimleri içinde işletmelerin sosyal sorumluluğu ile ilgili eğitim almışlardır. Eğitim almış olan öğrencilerin algı düzeylerini artırmalarını beklenebilir. Bu kavramdan daha önce haberdar olmayan öğrenciler ise ankete katılan öğrencilerin %6'sıdır.

**Tablo 3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Kavram Bilgisi**

| Bölüm   | Kavram bilgisi     |  |                             |                      | Toplam |
|---------|--------------------|--|-----------------------------|----------------------|--------|
|         | daha önce duymadım | sadece duydum ama ayrıntılı bilgim yok | bölüm derslerimde incelendi | bu konuda ders aldım |        |
| işletme | 10                 | 100                                    | 63                          | 65                   | 238    |
| iktisat | 25                 | 186                                    | 56                          | 22                   | 289    |
| maliye  | 9                  | 95                                     | 14                          | 7                    | 125    |
| çeko    | 1                  | 40                                     | 33                          | 4                    | 78     |
| Toplam  | 45                 | 421                                    | 166                         | 98                   | 730    |

Alfa anlamlılık düzeyi 0,05 (%5) olarak alındığında, asymp. sig= 0,00 olarak bulunmuştur.  $p < 0,05$  olduğu için öğrencilerin bölümü ile sosyal sorumluluk kavramı bilgi düzeyleri arasında ilişki vardır. Spearman korelasyon value=-0,207 olduğu için aralarındaki korelasyonun ters yönlü olduğu bulunmuştur. Yukarıda yeralan çapraz tabloda da görüldüğü üzere, işletme bölümü öğrencileri (diğer bölümlere göre daha fazla sayıda) işletmelerin sosyal sorumluluk kavramını bu konuda ders programında yer alan der si olarak ve bölüm derslerinde konu olarak işleyerek öğrendiklerini ifade etmişlerdir.

Öğrencilerin işletmelerin sosyal sorumluluğunu algılama düzeyleri 5' li Likert ölçeği ile 5 çok önemli, 4 önemli, 3 ne önemli ne önemsiz, 2 önemsiz, 1 çok önemsiz biçiminde sınıflandırılarak ölçülmüştür. Araştırmaya dahil olan 730 öğrencinin 20 sorunun her birine verdiği yanıtların ortalaması (mean) ayrı ayrı aşağıda yer alan tablo'da gösterilmektedir. Bu tabloya göre öğrencilerin işletmelerin sosyal sorumluluğunu algılama düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 4. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Düzeyleri**

| İfadeler   | Ortalama |
|--|----------|
| çalışanlarına ayrımcılık ve tacizde bulunmadan, dürüst davranması  | 4,632    |
| çalışanların iş güvenliğini sağlaması  | 4,608    |
| tüketicilerini ürünleri ve hizmetleri konusunda aldatmaması  | 4,574    |
| faaliyetlerinin verimli olması   | 4,501    |
| vergi ödevleri ni zamanında ve kanunlara uygun olarak yerine getirmesi                                   | 4,465    |
| uzun dönemli yaşamasına yönelik kararlar alması  | 4,450    |
| kanunlara ve düzenlemelere uyması ve uygulaması  | 4,443    |
| çalışanlarına sağlık sigortası, yıllık izin, emeklilik planları gibi uygun ücret dışı ödemeler sağlaması | 4,432    |
| çalışanlarına uygun ücret sağlaması  | 4,405    |
| istihdam yaratması   | 4,347    |
| çalışanlarına eğitim ve geliştirme fırsatı sunması   | 4,312    |
| pazar payını artırma yönünde çalışması   | 4,291    |
| çevre dostu ürünler üretmek için çaba sarf etmesi  | 4,275    |
| pay sahiplerini mevcut durum ve misyon konusunda bilgilendirmesi, aldatmaması                            | 4,271    |
| etik ve kültürel değerlere sahip olması  | 4,168    |
| bulunduğu yerdeki yerel toplumun refahı ve ihtiyaçları konusunda dikkatli olması                         | 4,130    |
| ürün ve hizmetleri makul fiyatlar la sunması   | 4,083    |
| toplumun yaşam kalitesini artıracak projelere yönetici ve çalışanlarının gönüllü katılımını desteklemesi | 4,049    |
| esnek iş saatleri, çocuk bakım ünitesi gibi aile dostu bir işyeri ortamı sağlaması                       | 3,676    |
| eğitim, sanat, spor ve sosyal hizmet ler gibi konularda hayırseverlik faaliyetlerinde bulunması          | 3,668    |

**N: 730**



Öğrencilere göre, işletmelerin çalışanlarına ayrımcılık ve tacizde bulunmaması, dürüst davranması ilk sırada yer almaktadır. Yine işletmenin çalışanlarına iş güvenliği sağlaması ikinci sırada yer almaktadır. Üçüncü sırada ise tüketicilerini ürünleri ve hizmetleri konusunda aldatmaması önemli olarak algılanmaktadır. Toplumun yaşam kalitesini artıracak projelere yönetici ve çalışanlarının gönüllü katılımını desteklemesi, aile dostu bir işyeri ortamı oluşturması ve eğitim, sanat, spor ve sosyal hizmetler gibi konularda hayırseverlik faaliyetlerinde bulunması ise diğerlerine göre daha az önemli olarak belirtilen ifadelerdir. İfadeleri Carroll'un işletmelerin sosyal sorumlulukları bazında gruplandırığımızda ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluk gruplarına 5'er ifade düşmektedir. Bazı ifadeler farklı iki grupta da değerlendirilebilmektedir. Ancak öncelikle değerlendirilecek gruplara dahil edilmiştir. Zaten literatürde de grupların kesin sınırlarla ayrılamayacağı ifade edilmektedir. Bu açıdan bulguları değerlendirdiğimizde öğrencilerin işletmelerin öncelikle yasal sorumluluklarına, ikincil olarak etik sorumluluklarına, üçüncü olarak ekonomik sorumluluklarına son olarak da gönüllü sorumluluklara önem verdikleri ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 5. Önem Düzeylerine Göre Sosyal Sorumluluk Grupları**

|                        | Ortalama |
|------------------------|----------|
| yasal sorumluluklar    | 4,471    |
| etik sorumluluklar     | 4,384    |
| ekonomik sorumluluklar | 4,335    |
| gönüllü sorumluluklar  | 3,967    |

Bölümlerin alt sorumluluk alanlarına göre ortalama(mean) değerlerini karşılaştırdığımızda ekonomik sorumluluklar açısından işletme bölümü öğrencilerinin algılama düzeylerinin daha yüksek, maliye bölümü öğrencilerinin ise ekonomik sorumluluklar açısından en düşük algılama düzeyine sahip olduklarını bunun yanında yasal ve etik sorumluluk açısından diğer bölümlerden daha yüksek algılama düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Bu durum maliye ve çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri bölümlerinde yasal düzenlemeler ağırlıklı bir eğitim veriliyor olmasının sonucu olarak değerlendirilebilir.

**Tablo 6. Bölümlere Göre Sosyal Sorumluluk Algılama Düzeyleri**

| Ekonomik Sorumluluk |          | Yasal Sorumluluk |          | Etik Sorumluluk  |          | Gönüllü Sorumluluk |          |
|---------------------|----------|------------------|----------|------------------|----------|--------------------|----------|
| Bölüm sıralaması    | Ortalama | Bölüm sıralaması | Ortalama | Bölüm sıralaması | Ortalama | Bölüm sıralaması   | Ortalama |
| işletme             | 4,359    | maliye           | 4,525    | maliye           | 4,406    | iktisat            | 4,352    |
| iktisat             | 4,352    | çeko             | 4,500    | işletme          | 4,382    | işletme            | 4,006    |
| Çeko                | 4,228    | işletme          | 4,427    | çeko             | 4,379    | maliye             | 3,960    |
| maliye              | 3,958    | iktisat          | 4,352    | iktisat          | 4,352    | çeko               | 3,897    |

**Tablo 7. Bölümlere Göre Toplam Sosyal Sorumluluk Algılama Düzeyleri**

| Bölüm   | Ortalama |
|---------|----------|
| İşletme | 4,293    |
| İktisat | 4,291    |
| Çeko    | 4,251    |
| Maliye  | 4,212    |

Toplam sosyal sorumluluk açısından konuya baktığımızda ise algılama düzeyi en yüksek çıkan bölüm işletme olmuştur. Bu durumu, araştırmaya katılan işletme bölümündeki öğrencilerin ders programlarında işletmelerin sosyal sorumluluklarının incelenmiş olması ve bu bölümdeki öğrencilerin konuya yönelik ders almış olmaları algılama düzeylerinde artış yaratmıştır biçiminde değerlendirebiliriz.

1.H<sub>0</sub>- İİBF öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarında öğrenim gördükleri bölüme göre bir fark yoktur.

Tek yönlü varyans (one way anova) analizi yapıldığında sig<0,05 olmadığı için Ho hipotezi kabul edilmiştir. Sosyal sorumluluk algılamalarında okudukları bölümler arasında anlamlı bir fark yoktur. Sosyal sorumluluk algılamalarını oluşturan ifadeler bazında değerlendirdiğimizde sadece (ifade 1-2-3-5 sig<0,05) ekonomik sorumluluğu oluşturan ifadelerde öğrencinin okuduğu bölüm açısından anlamlı bir fark olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan işletme bölümü öğrencilerinin 108'i erkek, 130'u kız, iktisat bölümü öğrencilerinin 155'i erkek, 134'ü kız, maliye bölümü öğrencilerinin 87'si erkek, 38'i kız, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümü öğrencilerinin 31'i erkek, 47'si kızdır. Alfa anlamlılık düzeyi 0,05 (%5) olarak alındığında, asymp. sig= 0,00 olarak bulunmuştur. p< 0,05 olduğu için Öğrencilerin bölümü ile cinsiyetleri arasında ilişki vardır. Spearman korelasyon value=-0,079 olduğu için aralarındaki korelasyonun ters yönlü olduğu bulunmuştur.

**Tablo 8. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Bölümleri Bazında Cinsiyetlerine Göre Dağılımı**

| Bölüm   | Cinsiyet |       | Toplam |
|---------|----------|-------|--------|
|         | erkek    | kadın |        |
| işletme | 108      | 130   | 238    |
| iktisat | 155      | 134   | 289    |
| maliye  | 87       | 38    | 125    |
| çeko    | 31       | 47    | 78     |
| Toplam  | 381      | 349   | 730    |

2.H<sub>0</sub>- İİBF öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarında cinsiyetlerine göre bir fark yoktur.

Hipotezi doğrultusunda yapılan tek yönlü varyans analizinde sig=0,0008<0,05 olduğu için H<sub>0</sub> hipotezi red edilmiştir. Sosyal sorumluluk algılamalarında cinsiyete göre anlamlı bir fark vardır. Sosyal sorumluluk algılamalarını oluşturan ifadeler bazında değerlendirdiğimizde 19 ifadeden sadece gönüllü sorumluluğu oluşturan ifadelerden “eğitim, sanat, spor ve sosyal hizmetler gibi konularda hayırseverlik faaliyetlerinde bulunması” ifadesinde sig.=0,058> 0,05 olduğu için öğrencinin okuduğu bölüm açısından anlamlı bir fark olmadığını söyleyebiliriz.

**Tablo 9. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Sorumluluk Boyutları Algılama Düzeyleri ve Varyansları**

| Sorumluluk Boyutları     | Grup  | N   | Ortalama | F     | Sig.   |
|--------------------------|-------|-----|----------|-------|--------|
| Ekonomik Sorumluluk      | Kadın | 349 | 4,413    | 6,32  | 0,026  |
|                          | Erkek | 381 | 4,262    |       |        |
| Yasal Sorumluluk         | Kadın | 349 | 4,575    | 11,48 | 0,003  |
|                          | Erkek | 381 | 4,375    |       |        |
| Etik Sorumluluk          | Kadın | 349 | 4,495    | 13,33 | 0,002  |
|                          | Erkek | 381 | 4,282    |       |        |
| Gönüllü Sorumluluk       | Kadın | 349 | 4,092    | 12,98 | 0,012  |
|                          | Erkek | 381 | 3,853    |       |        |
| Toplam Sosyal Sorumluluk | Kadın | 349 | 4,394    | 8,822 | 0,0008 |
|                          | Erkek | 381 | 4,193    |       |        |



Cinsiyet farklılıkları açısından ele alındığında kız öğrencilerin toplamda erkeklere göre algı düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Literatürde kadınların etik sorumluluk konusunda algı düzeylerinin daha yüksek olduğu gözlenirken araştırmamızda kadınların tüm sosyal sorumluluk alanlarında algı düzeyleri yüksek çıkmıştır.

## 5. SONUÇ

Globalleşmeyle birlikte artan rekabet ortamı işletmelerin öne çıkmada bir araç olarak sosyal sorumluluğa önem vermesine neden olmaktadır. Freeman'ın ortaya koyduğu paydaş, işletme tarafından etkilenen ve işletmeyi etkileyen işletmenin devamlılığı ve başarısı için gerekli olan kişi veya gruplardır. Paydaşların işletmelerden istekleri farklı farklıdır. Bu nedenle işletmeler bu paydaş gruplarının önceliklerini belirlemek zorunluluğundadırlar. Kurumsal sosyal sorumluluğu Carroll'un ortaya koyduğu ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklar açısından değerlendirmek gerekmektedir.

Ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllü sorumluluklarla eş anlama geldiğine yönelik yanlış bir kanı olduğu söylenebilir. Bu anlamda kurumsal sosyal sorumluluk konusunda yapılan bazı çalışmalar, işletmelerin sadece gönüllü sorumluluklarını temel almaktadır.

Ancak literatür tarafından da kabul edildiği gibi araştırmamıza katılan öğrencilerin diğer sorumlulukları gönüllü sorumluluklara göre daha öncelikli gördükleri ortaya çıkmıştır. Bizim gibi gelişmekte olan ve birçok alanın henüz kurumsallaşmasını tamamlamadığı ülkeler için bu tür bir algı oldukça önemlidir. Kurumsal sosyal sorumluluk algılaması farklı ülkelerde farklı biçimlerde algılanmaktadır. Tabi ki bu algılama üzerinde tek bir faktörün etkili olduğunu söylemek gerçekçi olmayacaktır. Ama ekonomik ve yasal sorumlulukların tam anlamıyla gerçekleştiği gelişmiş ekonomilerde gönüllü sorumlulukların öne çıkması doğaldır. Hâlbuki işletmelerin temel sorumluluğu olan ekonomik sorumluluklarını tam anlamıyla yerine getirmeden gönüllü sorumluluklarını gerçekleştirmesi Drucker'ın "Yönetim" adlı kitabında da belirttiği gibi "sorumluluk" değil "sorumsuzluk" olarak nitelendirilebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin algılamaları okudukları bölümler açısından değerlendirildiğinde işletme bölümü öğrencilerinin algılamasının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde cinsiyet açısından da kız öğrencilerin algılama düzeyleri her alanda erkek öğrencilerden daha yüksek çıkmıştır. İşletme öğrencilerinin %54'ü, çalışma ekonomisi öğrencilerinin %47'si, maliye ve iktisat öğrencilerinin ise yaklaşık %27'si sosyal sorumluluk konusunda ders almış veya bölüm derslerinde incelenmiştir. İ.İ.B.Fakültesi öğrencilerinin toplamda ise yalnızca yaklaşık %36'sının sosyal sorumluluk konusunda ders aldığı veya bölüm derslerinde incelendiği görülmektedir. Bu oran özellikle sosyal sorumluluğun giderek büyük önem kazandığı günümüzde gerek kamuda gerekse özel sektörde çeşitli konularda yer alacak olan öğrenciler açısından oldukça düşüktür. Bu bağlamda öğrencilere sosyal sorumluluk konusundaki farkındalıklarını artıracak derslerin verilmesi hem geleceğin duyarlı iş dünyasını hem de duyarlı toplumunu yaratmada oldukça önemlidir. Bu nedenle İşletme bölümü dahil olmak üzere iktisat, maliye ve çalışma ekonomisi endüstri ilişkileri bölümlerinde de ders içeriklerinde sosyal sorumluluk bilincini artıracak derslere ve konulara yer verilmesi gerekmektedir. Ayrıca erkek öğrencilerin sosyal sorumluluk içeriği zenginleştirilmiş dersleri öncelikle tercih etmeleri teşvik edilebilir.

Hangi alanda olursa olsun işletmelerin, sorumluluklarını bilmeden görevlerini tam olarak yerine getirmelerinin oldukça zor olduğu düşünüldüğünde sosyal sorumluluk algısı yüksek bireylerin iş dünyasında yer almasının önemi açık bir şekilde ortadadır. Özellikle işletme yöneticilerinin ve dolayısıyla tüm çalışanlarının sosyal sorumluluk algılamalarının yüksek olması, yerine getirdikleri tüm faaliyetlerde kurumsal sosyal sorumluluğu temel alarak hareket etmelerine neden olacaktır.

## **KAYNAKÇA**

- Aktan, C. Can. (2006).** "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", *Mercek*, Yıl 11, Sayı 41.
- Ay, Ünal.(2003).** **İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul: Nobel Kitabevi.
- Carroll, Archie B. (1979).** "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", *The Academy of Management Review*, Vol.4, No.4.
- Carroll, Archie B.ve Ann K. Buchholtz. (2000).***Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, Fourth Edition, Australia: South-Western College Publishing.
- Çelik, Adnan. (2007).** "Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları", *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* (Ed: Coşkun Can Aktan).
- Dalyan, Figen ve Serpil Gökbel. (2005).** *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: İMKB'de İşlem Gören Bankaların Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Kârlılıkları Arasındaki İlişki*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Donaldson, Thomas ve Lee E. Preston. (1995).** "The Stakeholder Theory of The Corporation, Concepts, Evidence, and Implications", *Academy of Managemet Review*, Vol. 20 No.1.
- Elies, Rafik Z. (2004).** "An Examination of Business Students Perception of Corporate Social Responsibilities Before and After Bankruptcies" *Journal of Business Ethics*, 52.
- Gordon, Irene M. (1998).** "Enhancing Students' Knowledge of Social Responsibility Accounting", *Issues in Accounting Education*; 13/ 1.
- Güzelcik, Ebru. (1999).** *Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Key, Susan. (1999).** "Toward a New Theory of the Firm: a Critique of Stakeholder Theory", *Management Decision*, 37/4.
- Kraft, Kenneth L. (1991).** "The Relative Importance of Social Responsibility in Determining Organizational Effectiveness: Student Responses", *Journal of Business Ethics*,10/3.
- Laszlo, Ervin. (2003).** *Makro Değişim: Sürdürülebilir Bir Dünya Dönüşümü Yönetmek*, Çeviren: Murat Abuş, Ankara: Morpa Kültür Yayınları.
- Lorca, Pedro ve Julita Gracia-Diez. (2004).** "The Relation Between Firm Survival and the Achievement of Balance Among Its Stakeholders: An Analysis", *International Journal of Management*, Vol.21, No.1.
- McGee, John. (1998).** "Commentary on "Corporate Strategies and Environmental Regulations: an Organizing Framework" by A. M. Rugman and A. Verbeke", *Strategic Management Journal*, Vol.19.
- Özalp, İnan. (2001).** "İşletmelerde Paydaş (Stakeholder) Kavramı ve Paydaşların Yönetimi Arçelik ve Tusaş'ta Yapılan Bir Uygulamaya", 24-26 Mayıs 9. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Yayınları.



- Özalp, İnan. ve H. Zümrüt, Tonus. (2003).** “Paydaş Teorisi (Stakeholder Theory) ve Freeman, Donaldson-Preston, Mitchell-Agle-Wood ve Carroll’un Paydaş Teorisine Yaklaşımlarının İncelenmesi”, 22-24 Mayıs 11.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı, Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları.
- Özgener, Şevki. (2004).** *İş Ahlakının Temelleri Yönetimsel Bir Yaklaşım*, İstanbul: Nobel Yay.
- Özkol, Erdal, Muhsin Çelik ve Seçkin Gönen. (2005).** “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı:27.
- Robins, Fred (2005).** “The Future of Corporate Social Responsibility”, *Asian Business & Management*, 4.
- Sobczak, André, Gervaise Debucquet , Christelle Havard (2006).** “The Impact of Higher Education on Students’ and Young Managers’ Perception of Companies and CSR : An Exploratory Analysis”, *Corporate Governance*, Vol.6, No.4.
- Svendsen, Ann. (1998).***The Stakeholder Strategy*, San Francisco: Berrett-Koehler Publishers Inc.
- Tencati, Antonio, Francesco Perrini ve Stefano Pogutz. (2004).** “New Tool to Foster Corporate Social Responsibility Behavior”, *Journal of Business Ethics*, 53.
- Uslu, Aypar Topkara (1996).** “İşletme Öğrencilerinin İş Ahlakına Yönelik Tutum ve Davranışları”, *Öneri*, 1 (5).
- Weiss, Joseph W. (2003).** *Business Ethics: A Stakeholder and Issues Management Approach*, 3. Edition, Australia: SThompson /Southe-Western.