

Otel Çalışanlarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İş Tatmini ve İşte Kalma Niyetine Etkisi

Hotel Employee Perceptions of Corporate Social Responsibility and its Effects on Job Satisfaction and Intention to Stay

Osman ÇALIŞKAN*, Çağatay ÜNÜSAN**

*Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Kampus, 07058, Antalya

E-posta: ocaliskan@akdeniz.edu.tr

**Prof. Dr., KTO Karatay Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Akabe Mah. Alaaddin Kap Cad. No:130 42020 Karatay, Konya

E-posta: cagatay.unusan@karatay.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi : 03 Mayıs 2011
Birinci düzeltme : 07 Haziran 2011
İkinci düzeltme : 27 Temmuz 2011
Üçüncü düzeltme : 24 Ağustos 2011
Dördüncü düzeltme : 03 Ekim 2011
Kabul : 04 Ekim 2011

Anahtar sözcükler:

Turizm ve otelcilik,
Kurumsal sosyal sorumluluk,
İş tatmini,
İşte kalma niyeti.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted : 03 May 2011
Resubmitted : 07 June 2011
Resubmitted : 27 July 2011
Resubmitted : 24 August 2011
Resubmitted : 03 October 2011
Accepted : 04 October 2011

Key words:

Tourism and hotel business,
Corporate social responsibility,
Job satisfaction,
Intent to stay at current job.

GİRİŞ

İşletmeler yalnızca mal ve hizmet üretip, pazarlayan ve kar elde eden kuruluşlar değil, aynı zamanda faaliyette bulunduğu topluma karşı belirli sorumlulukları olan kuruluşlardır. Topluma karşı sorumlu davranılması yaklaşımından doğan KSS kavramının tarihi eskiye dayanmaktadır (Aydede 2007; Çerik ve Özarlan 2008). Genel olarak KSS, işletmelerin bir sosyal varlık olduğunu ve içinde buldukları topluma karşı sorumlu olduğunu

ÖZ

Çalışmada, otel işletmelerinde uygulanmakta olan kurumsal sosyal sorumluluğun (KSS) çalışan işte kalma niyetine ve iş tatminine etkisinin olup olmadığı ve eğer varsa etkinin ne boyutta olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada Carroll (1991) tarafından geliştirilen dört boyutlu KSS modeli kullanılmıştır. Bu modelde KSS; ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük kategorilerinden oluşan bir piramitle açıklanmaktadır. Araştırma, Antalya'da faaliyet gösteren beş yıldızlı 21 oteldeki 415 çalışandan toplanan verilerle gerçekleştirilmiştir. Çalışanın ekonomik, yasal, etik ve gönüllü KSS'yi algılaması olumlu yöndedir. Etik ve yasal sosyal sorumluluk boyutlarının iş tatmini ve işte kalma niyeti üzerinde anlamlı düzeyde etkisi tespit edilmiştir. Çalışanın yaşı ile KSS algısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken, KSS algısı ile çalışanın sektördeki çalışma süresi ve çalışma saati arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

ABSTRACT

This study aims investigate to whether the corporate social responsibility (CSR) practiced in today's hotel industry has an effect on employees' intent to stay in their current jobs; and the magnitude of this effect in case it has any. In this research, we used the four-dimensional corporate social responsibility model developed by Carroll (1991). In this model, a pyramid comprised of four categories depicts the corporate social responsibility: Economic, Legal, Ethical and Philanthropic. Study used the data gathered from 415 employees who has worked in 21 five star hotels in Antalya. The employees' perception of economic, legal, ethical and philanthropic CSR are positive and also ethical and legal dimensions of CSR significantly effects their job satisfaction and intention to stay. There is no significant relationship between age and hotel employee perceptions of CSR, but there are significant relationships between tenure, daily shift and hotel employee perceptions of CSR.

belirtmektedir. Böylelikle, işletmeler sosyal sorumluluklarını kurumsal olarak gerçekleştirip, çeşitli sosyal faaliyetlerle topluma olan borçlarını ödemeye çalışırlar. İşletmenin sosyal çevresini müşteriler, tedarikçiler, çalışanlar, hissedarlar, ortaklar, rakipler, devlet, yatırımcılar oluşturmaktadır. İşletme hem ekonomik hem de sosyal bir varlık olarak çevresine faydalı faaliyetlerde bulunmalıdır.

Çağdaş yönetim yaklaşımının önemli araştırma konularından birisi olan KSS, birçok sektörde ele

alınıp incelenen bir konudur. KSS, sürekli iki yönlü iletişimin sağlandığı halkla ilişkiler uygulamaları bütünüdür. Özellikle turizm sektörü gibi dinamik sektörlerde KSS uygulamaları daha çok uluslararası, ulusal zincir otellerde (Carroll 1999; Bohdanowicz ve Zientara 2009) ve grup otellerinde yani aynı gruba bağlı, farklı isimlerden oluşan, en az üç otelin olduğu otellerde yaşama geçirilmektedir. Emek yoğun bir sektör olan turizmde çalışan, hizmet üretiminin en önemli girdisini oluştururken, çalışanın tatmini ve motivasyonu, hizmetin kalitesini etkilemektedir (Nadiri ve Tanova 2009). Özellikle KSS'yi iyi uygulayan birçok otel, memnun edilmiş ve devamlılığı sağlanmış sadık iç ve dış müşteri ile kurum imajı olumlu, kurumsal itibar ve pazar değeri yüksek olarak hizmet verebilir. KSS'yi yaşama geçirebilen otellerde, KSS'yi doğru algılamasıyla, çalışanın iş tatmini, örgütsel iletişimi, müşteri ilişkileri, motivasyonu ve işte kalma niyeti etkilenebilecektir. Bohdanowicz ve Zientava'ya (2009) göre KSS, çalışanın yaşam kalitesini de iyileştirmektedir.

Otellerin de diğer işletmeler gibi iç ve dış çevrelerini oluşturan topluma karşı sorumlulukları vardır. Emek yoğun bir sektör olan turizm sektöründe, otel yönetimi KSS uygulamalarında çalışanın göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle, çalışanın iş güvenliğinin sağlanması, özel yaşamına saygı, liyakat ilkesinin uygulanması, aile yaşamına saygı, iş yaşamında tatmin olması için önlemler alınmalıdır (Özdemir 2007). Otel yönetimi, çalışana eğitim, yeni iş olanakları ve görevleri sunduğunda, çalışan, örgüte ait olduğunu hissetmektedir. Bu tür sorumluluk faaliyetleri, çalışanın iş tatminini de arttırmaktadır (Margaret vd. 2007).

Çalışmanın amacı, otel çalışanlarının KSS uygulamalarını algılamasının, çalışanın iş tatmini ve işte kalma niyeti üzerine etkisini belirlemektir. Türkiye'de yapılan çalışmalarda otellerin kurumsal sosyal boyutu ele alınmıştır. Ancak turizm işletmelerinin çalışanlarının KSS'yi algılamalarına ilişkin daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. KSS uygulamalarının çalışanın iş tatminine ve örgütsel bağlılığına (Özdemir 2007), yaşam kalitesine (Margaret vd. 2007) ve sadakatine (Diorisio ve McCain 2007) olumlu etkileri bulunmaktadır. Bu nedenle, bu araştırma literatüre ve turizm kamuoyuna katkı sağlaması açısından önemlidir. Ayrıca, KSS kavramını çalışan açısından ele alarak, turizm sektöründeki yöneticiler ve sektördeki halkla ilişkiler faaliyetlerini yöneten profesyoneller başta ol-

mak üzere turizm kamuoyunu oluşturanlara sağlıklı bilgiler vermesi açısından önemlidir. Çalışmada öncelikle KSS'nin kuramsal çerçevesi ortaya konulmuştur. Bu amaçla, KSS'nin farklı tanımlamalarına yer verilmiştir. Bununla birlikte, KSS boyutları ve işletmenin sorumluluk alanları çerçevesinde çalışana karşı yükümlülükleri belirtilmiştir. Diğer taraftan iş tatmini ve işte kalma niyeti kavramları açıklanarak, KSS algısı ile iş tatmini ve işte kalma niyeti arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tanımı Kapsamı ve Boyutları

Sorumluluk, kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, sorum, mesuliyet demektir (Türk Dil Kurumu 2011). Stahl ve Grigsby (1997) sosyal sorumluluğu, "bir işletmenin kaynaklarını toplum yararına olacak şekilde kullanması" şeklinde ifade etmektedir. KSS'nin her zaman geçerli ve standart bir tanımı bulunmamaktadır. Toplumun değer yargıları, kuralları, değişen yapısı ve işletmenin faaliyet önceliği gibi nedenlerden dolayı genel bir tanım yapmak zordur. Hatta güncel olaylara, toplumun ihtiyaçlarına ve değişime uygun olarak birçok KSS tanımı yapılmıştır (Dalhsrud 2008). Sorumluluğun sosyal sorumlulukla başlayıp, KSS ile devam ettiği tanımlama süreci, işletmelerin toplumsal hassasiyetlerine bağlı olarak devam edebilecektir. Buna bağlı olarak ekonomik, yasal, etik ve gönüllü KSS boyutları ve bu boyutlar da kendi içinde çeşitli başlıklara ayrılacaktır. Tablo 1'de görüldüğü gibi KSS ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır. KSS ile ilgili ilk tanımlama, Bowen (1953) tarafından yapılmıştır (Elias 2004). Wan'a (2006) göre, Hopkins'in 2003 yılında yapmış olduğu KSS tanımı, KSS'yi hem etik hem de işletme stratejisi olarak ele aldığı için, en iyi KSS tanımı olarak belirtilmiştir.

İçerik olarak topluma fayda sağlamayı amaçlayan ifadelerin olduğu tanımlarda, ekonomik, yasal, etik sosyal sorumlulukların ön planda olduğu söylenebilir. Genel olarak topluma, refahına ve çıkar gruplarına odaklı tanımlamalar da bulunmaktadır. Sonuç olarak, işletme uygulamaları, bağlı olduğu toplumun refahını düzeltmeyi ve yükseltmeyi amaçladığında, başka KSS tanımlamaları da olabilecektir.

Otel, iç ve dış çevresindeki kurum, kuruluş ve çıkar gruplarının beklentilerini karşılayabildiğçe bu-

Tablo 1. KSS Tanımları

Yıl	Yazar	KSS Tanımı	Kapsamı
1953	Bowen	Yöneticilerinin toplumun amaçları ve değerlerine uygun hareket etmesi ve bu değerlerle örtüşen politikalar yapması ve kararlar vermesidir	Toplum odaklı
1991	Aldag ve Stearns	Kurumların aldıkları ekonomik etkileri kadar sosyal etkilerine de duyarlı olmalarıdır	Ekonomik ve sosyal odaklı
1992	Boone ve Kurtz	Üretimden tüketime kadar olan bütün aşamalarda icra edilen faaliyetler nedeniyle, topluma zararlı etkileri açısından işletmeyi sınırlayan, toplumun refahına katkıda bulunmaya zorlayan ve bunu öngören politikalar, prosedürler ve eylemlerin benimsenmesidir	Toplum refahı odaklı
1996	Bingöl	İşletmenin ahlaki değerleri temel alarak, ekonomik ve hukuki şartlar çerçevesinde örgüt-içi ve örgüt-dışı ve grupların beklentilerine uygun bir şekilde faaliyetlerini sürdürmesini zorlayan sorumluluk duygusudur	Ekonomik ve yasal
1997	Davis	İşletmelerin faaliyette bulunduğu çevresindeki çıkar grupları ile arasındaki faaliyetlerin etkileşimi sonucu yarattığı meselelerden ortaya çıkan bir olgudur	Çıkar grupları ile etkileşim
2000	Eren	İşletmenin ekonomik ve hukuki şartlara, iş ahlakına, örgüt içi ve dışı kişi ve grupların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi gütmesidir	Ekonomik, yasal, etik
2001	Bayrak	İşletmenin kendi amaçlarını gerçekleştirirken, ahlaki değerlere sadık kalması ve kaynakların aynı zamanda içinde bulunduğu toplumu geliştirmede kullanmasıdır	Etik
2003	Öztürk	Şirketin bir görev veya zorunluluk dolayısıyla gerçekleştirmek zorunda olduğu faaliyetler ve sosyal sorumluluk, toplumun refahını geliştirme, hiç değilse zedelememe sorumluluğudur	Toplum refahı
2003	Şimşek vd.	İşletmenin ekonomik faaliyetlerini, çalışan, hissedarlar, tüketiciler ve toplumdaki bireylerin hiçbirine zarar vermeden, sahip olduğu kıt kaynakları en iyi biçimde kullanarak toplumun istek ve arzularına uygun üretimde bulunmasıdır	Ekonomik ve çıkar grubu odaklı
2003	Hopkins	İşletmenin hissedarlara karşı ahlaki ve sorumlu bir şekilde davranmasıdır	Etik

lunduğu toplumda yer alabilecektir. Otelin performansı bir anlamda çıkar gruplarının tepkilerine de bağlı olmaktadır. Müşterileri tarafından beğenilen otel, tatmin olmuş sadık müşteri kazanmakla birlikte, bedava reklam olanağı ve rekabet üstünlüğü de elde edecektir. Örneğin doğaya ve çevreye duyarlı kurumsal faaliyetlerde bulunan oteller, kriz durumlarında daha fazla oranda tercih edilmektedir (Ayuso 2006; Rodrigez ve Cruz 2007). İşletmenin faaliyetlerinden doğrudan etkilenen en önemli kesim, çalışanlarıdır (Kazancı 2007). Çalışanla ilgili olarak işletmelerin sorumluluğu; iş güvenliğinin sağlanması, liyakat ilkesini uygulaması, aile yaşamı ve özel yaşama saygılı olunması ve çalışanın iş yaşamından tatmin olabilmesi için önlemler almaktır. Ayrıca çalışma ve güvenlik alanındaki gelişmelere uygun olarak çalışanın işletmeden beklentilerine

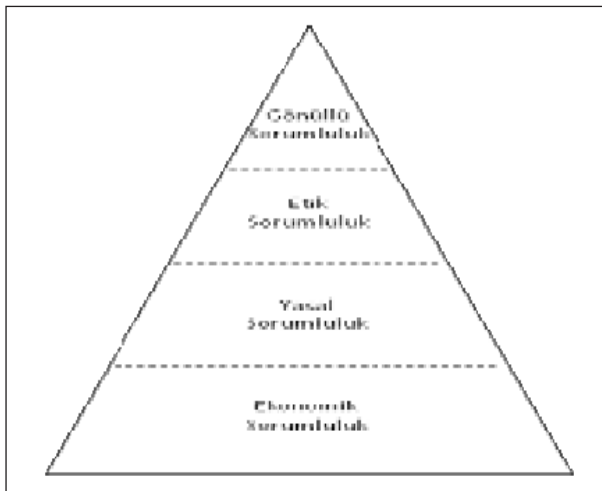
cevap verecek şekilde çalışma şartları düzenlenmelidir (Akgemci vd. 2001). KSS'yi uygulayan işletmelerde çalışanın iş tatmini, örgütsel bağlılığı ve örgütsel özdeşleşmesi yükselmektedir (Özdemir 2007). Bu durum, çalışanın motivasyonunu, işinde kalma niyetini (Chen 2001) ve verimliliğini arttırmaktadır (Cho vd. 2009).

Literatürde, KSS boyutları ile ilgili yapılan çalışmalarda en çok kullanılan model, Carroll'ın dört boyutlu sosyal sorumluluk modelidir. Carroll, 1979 yılında dikdörtgen şeklinde oluşturduğu modeli daha sonraki çalışmasında (Carroll 1991) piramit şekline dönüştürerek geliştirmiştir. Şekil 1'de görüldüğü gibi, KSS piramidi ekonomik sorumluluk, yasal sorumluluk, etik sorumluluk ve gönüllü sorumluluk olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. İşletmeler, bu boyutlar kapsamında değerlendirilen

faaliyetleri, sadece işletme yararı için değil, aynı zamanda toplumun yararı için de gerçekleştirmektedir (Pirsich vd. 2007). Carroll (1991) KSS kategorilerinin, dikdörtgenden piramit şekline dönüşmesinde ekonomik sorumluluğun piramidin temelini oluşturduğu için en altta ve en fazla alana sahip olduğunu belirterek, daha sonra yasal, etik ve gönüllü sorumluluk alanlarını sıralamıştır.

Ekonomik Sorumluluk: KSS'nin ilk katmanı olan ekonomik sorumluluklar, daha sonraki sorumlulukların temelini oluşturmaktadır. Ekonomik sorumlulukların yerine getirilmesi tüm kurumlardan istenilmektedir. Sosyal sorumluluk, işletmelerin kar elde etmekle, bu karı elde etmek için katlandığı maliyetler arasında denge kurmasını gerektirir (Dalyan ve Gökbel 2005). Bu açıdan da ekonomik sorumluluk, işletmelerin en temel sosyal sorumluluğudur. Carroll'a (1993) göre ekonomik sorumluluğun özünü tüm paydaşlar için karlı olmak, çalışan için iyi istihdam olanakları ve verimli çalışma koşulları sağlamak, müşteriler için kaliteli ürünler üretmek, yeni kaynaklar araştırmak, teknolojik ilerlemeyi desteklemek ve yenilikçilik konuları oluşturmaktadır (Lantos 2002; Carroll 2004; Jamali ve Mirshak 2007). İşletmeler yapmış oldukları faaliyetlerle ekonomik sorumlulukları yerine getirebilir ancak daha önemlisi, bu faaliyetlerin sosyal çevre tarafından nasıl algılandığıdır (Çerik ve Özarslan 2008).

Yasal Sorumluluk: Yasal sorumlulukla, işletmelerin, ekonomik faaliyetlerini sürdürürken belirli yasal ve denetim kısıtlarını da göz önünde bulundurması ifade edilmektedir. Yasal boyutun içeriği-



Kaynak: Carroll 1991.

Şekil 1. Carroll'ın Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Piramidi

ni, kurum çalışanlarının, kurumun faaliyetlerinin yasallığına ve düzenlemelerine ilişkin algılamaları oluşturur. Genel olarak yasal boyut, işletmenin devamlılığı için yasal düzenlemelere uygun hareket etme, ulusal ve yerel kurumların hukuki düzenlemelerine uyma, çalışanın yasalara uygun faaliyette bulunmaları konusunda özgüven verme, yasal yükümlülükleri tanımlama ve bu prensipleri çalışana duyurma şeklinde örneklendirilebilir (Carroll 1991).

Etik Sorumluluk: KSS'nin etik boyutu, işletmenin amaçlarına ulaşması için seçtiği yol ve yöntemlerin toplumun siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel refahına zarar vermeden gerçekleştirip gerçekleştirilmediklerini ele alır. Bu boyut, işletme faaliyetleri sonucu doğabilecek zararı ve toplumsal hasarı önlemeye yöneliktir. Diğer bir deyişle etik KSS, ürün güvenliği, kirlilik önlemleri, kaçak ve küçük yaşta işçi çalıştırmama, insan haklarını ihlal etmeme vb. sorumlulukları içermektedir. Dört boyutlu KSS modelinde etik sorumluluk, çalışanın hak ve adalete ilişkin algılamalarını içererek sosyal sorumluluğun çekirdek kısmını oluşturur. Genel olarak etik boyutta, toplumun belirlediği norm ve kurallara uyularak, toplumun işletmelerden beklediği saygı ortaya koyulabilir. Ayrıca, çalışma yaşamının ahlaki davranış kurallarının, yasal düzenlemelerin daha üstünde olduğu kabul edilebilir (Carroll 1991). Turizm sektörü, hizmet odaklı olduğunu kabul ederek müşteriler kadar çalışana da etik açısından yaklaşmalıdır (Avcıkurt 2007). Etik çalışmaların yapılmasından çok, etik davranışlarının algılanması da ayrıca incelenmesi gereken konulardır (Singhapakdi vd. 1995).

Gönüllü Sorumluluk: Bu sorumluluk, işletmeler için bir zorunluluk ifade etmeyen ancak, işletmenin toplumda oluşturduğu iyi niyeti güçlendiren ya da işletmenin bulunduğu çevre tarafından iyi kurumsal vatandaş olarak algılanmasına katkıda bulunan bir sosyal sorumluluk boyutudur (Çerik ve Özarslan 2008). Gönüllü KSS, hayırseverlik, diğerkam gibi kavramlarla ilişkisi olan bir kavramdır. Günümüzde sosyal psikolojide kullanılan diğerkam kavramı, başkalarının yararına olan ve hiçbir karşılık beklemezsizin yapılan davranışları içerir. İngilizce'de altruizm, Fransızca'da altruiste kelimesinin karşılığı olarak kullanılan diğerkam kelimesi, böylece başkalarını düşünmek, onları gözetmek anlamını taşır (Tevrüz 1999). Gönüllülük, hayırseverlik kavramları, hiçbir karşılık beklenmeden yapılan faaliyetleri içermektedir. Bu anlamıyla

işletmelerin gönüllü veya hayırseverlik faaliyetleri yerine getirirken asıl amacı kendisine fayda sağlamak yerine, bağlı olduğu sosyal çevreye fayda sağlamaktır. Oysa günümüzde çoğu işletme, hayırseverlik faaliyetlerini vergi indirimi için kullanmaktadır. Bu uygulama diğerkam davranışlar kategorisi içine girmez. Literatürdeki tanımlamalarda, Carroll'un (1991) yaptığı KSS türlerine ilişkin sınıflandırmada gönüllü sorumluluklar, Mintzberg'in (1993) yaptığı sınıflandırmada KSS'nin en saf hali (Wan 2006), Lantos'un aynı konuda yaptığı sınıflandırmada ise altruistik KSS, diğerkamlıkla aynı anlamda kullanılmıştır (Lantos 2002; Yönet 2006). Diorisio ve McCain'e (2007) göre, gönüllü sorumluluk stratejik, reaktif ve tamamen hümanist olmak üzere üç şekilde uygulanabilir. Stratejik gönüllülük, kurum değeri yaratmayı amaçlayan işletme yönetimi yaklaşımından ortaya çıkmaktadır. Reaktif gönüllülük, stratejik gönüllülük gibi kurum değeri esasına dayanmaktadır. Ancak olumsuz olaylara tepki olarak yönetim tarafından düzenlenir. Tamamen hümanist gönüllülük ise stratejik ve reaktif gönüllülük gibi açıklanarak, karşılık beklemeksizin yapılan yaşam kalitesini artırıcı motivasyonları içeren faaliyetlerdir. Bu ayrımlardan sonra gönüllü KSS kapsamına işletmenin faaliyette bulunduğu sosyal çevreye fayda sağlayan etkinlikler, gönüllü çalışmalar ve projeler girebilmektedir. Genel olarak gönüllülük boyutunda, toplumun işletmelerden hayırsever yardımlar konusunda beklenti içerisinde olduğu unutulmamalıdır (Carroll 1991).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İş Tatmini ve İşte Kalma Niyeti İlişkisi

Genel olarak çalışanın işlerine ilişkin duygularının bir reaksiyonu olarak tanımlanan iş tatmini kavramı, ilk kez 1920'lerde ortaya atılmış olup önemi 1930-40'lı yıllarda anlaşılmıştır. Önemli olmasının bir nedeni, yaşam tatmini ile ilişkili olmasıdır. Çünkü bu durum kişinin fizik ve ruh sağlığını doğrudan etkilemektedir. Bir diğer nedeni ise üretkenlikle ilgilidir (Sevimli ve İşcan 2005). Çalışanın işte kalma niyeti ve işten ayrılma niyeti kavramları arasında yakın bir ilişki vardır. Mowday vd. (1982) işten ayrılma niyetini, çalışanın yakın gelecekte işletmeden ayrılmasına ilişkin bireysel fikri olarak tanımlamaktadır. İşte kalma niyeti ise çalışanın bilinçli olarak ve daha önceden düşünerek işletmede kalması şeklinde ifade edilmektedir (Tett ve Meyer 1993).

İşte kalma niyeti konusunda yapılan çalışmalarda, otel işletmelerinin çalışanına vaat ettiği ve söz-

leşmede yazılı olarak bulunan taahhütleri yerine getirdiği sürece, çalışanın işten ayrılma niyetinin azaldığı görülmüştür (Cho vd. 2009). Çalışanın işte kalmasında örgütsel çabalar ve örgütün orta kademe yöneticilerinin çabaları etkili olmaktadır. Bu çabalar, zamanla bu yöneticilere sadık çalışan oluşturmakta ve çalışan bu yüzden işte ayrılma eğiliminde olmamaktadır (Chen 2001). İnsan kaynakları departmanının, çalışana kendini geliştirme fırsatı vermesi, ödüllendirme, bireysel performansları değerlendirme, bilgi ve becerilerini geliştirme fırsatı sağlama ve karar verme gibi konularda çalışmalar yaparak çalışanın organizasyonu daha iyi anlaması sağlanabilir. Bu çalışmalarla, çalışanın işten ayrılma niyeti azalabilir (Cho vd. 2009). Bu bağlamda, KSS yerine getirildiği sürece bir bakıma işten ayrılma da engellenebilecektir. Örgüt ikliminin, iş tatmini ve işten ayrılma niyetine etkisi olduğunu ortaya koyan bir araştırmada, özellikle; örgütsel cesaretlendirme, yönetim desteği, takım desteği ve işin iddialı olması faktörlerinin iş tatmini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. İşten ayrılma niyeti ile örgütsel cesaretlendirme ve yönetimin desteği faktörleri arasında negatif yönde ilişki bulunurken, takım desteği ve işin iddialı olması faktörleri ile işten ayrılma niyeti arasında ilişkiye rastlanmamıştır (Çekmecelioglu 2007). İşten ayrılma niyeti, eğitim ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen başka bir çalışmada; çalışanın ve amirlerinin desteğinin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkilerinin yüksek olduğu görülmüştür. Araştırmada, örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanın, işten ayrılma niyetinin düşük olduğu tespit edilmiştir (Sabuncuoğlu 2007). Bunun yanında, mesleki bağlılığı yüksek ve örgüt değerlerini benimseyen çalışanın iş tatmini yüksek, işten ayrılma niyeti düşük olarak bulunmuştur (Tak ve Çiftçioğlu 2007). Nadiri ve Tanova'ya (2009) göre, otel çalışanın iş tatmini ve işten ayrılma niyeti ile örgütsel adalet arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bu durumun, müşteri tatminini ve hizmet kalitesini etkilediği belirtilmiştir. Örgütsel adaletin, çalışanın kurumsal vatandaşlık davranışı geliştirmesinde ve iş tatmininde etkili olduğu saptanmıştır. İş tatmini üzerinde adil ücret ödeme, özel yaşamın gizliliğine saygılı olma, güvenli ve sağlıklı çalışma koşulları sağlama, insan kaynağı bulma ve seçme, iş güvenliği sağlama algılarının istatistiksel olarak olumlu etkisi tespit edilmiştir.

KSS faaliyetlerinin, çalışanın örgütsel bağlılığına etkisi üzerine yapılan bir araştırmada, bu faaliyetlerin, örgütsel bağlılık çeşitlerinden duygusal

bağlılığı olumlu seviyede etkilediği tespit edilmiştir (Saç 2009). Opet çalışanları üzerinde yapılan bir araştırmada, işletmelerin KSS'yi yerine getirmesinin, çalışanın iş tatmini, örgütsel özdeşleşmesi ve örgütsel bağlılığı üzerinde önemli bir belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada ilgili değişkenler üzerinde etkili olduğu tespit edilen boyutlar, etik ve gönüllü sosyal sorumluluk boyutlarıdır. Ayrıca çalışanların yaşı ile KSS algılamaları ve iş tatmini arasında ilişkiye rastlanılmamıştır (Özdemir 2007). İlaç sektöründe KSS uygulamaları üzerine odaklanan bir çalışma sonuçlarına göre biri yerli, diğeri uluslararası iki şirketin çalışanın KSS algılamasına ilişkin toplam değerlerinin arasında bir farklılığın olmadığı, çalışanların ekonomik ve gönüllü sosyal sorumluluk alanlarını ise farklı algıladığı belirlenmiştir. Etik ve yasal sorumluluk alanlarında farklılığa rastlanılmamıştır (Çerik ve Özarslan 2008). Ayrıca, çalışma süresi ile çalışanın işte kalma niyeti ve iş tatmini arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Çalışanın sektördeki çalışma süresi arttıkça, iş tatmini ve işte kalma niyeti artmaktadır (Lam vd. 2001). Yerel yönetimlerde KSS ile iş tatmini arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırmada, KSS'nin iş tatmini üzerinde etkili olduğu saptanmıştır (Okuy 2009).

KSS ile iş tatmini, işte kalma/ayrılma niyeti arasında ilişki olup olmadığı incelenmesi gereken bir konudur. Bu bilgiler ışığında araştırma sorusu "otel çalışanlarının KSS algısı, iş tatminini ve işte kalma niyetini etkiliyor mu?" şeklindedir. Bu araştırma sorusu ile birlikte, KSS algısı otel çalışanın iş tatmini ve işte kalma niyetini etkiliyorsa hangi KSS boyutlarının ne düzeyde etkilediğine ilişkin soruların da yanıtları aranmaktadır.

YÖNTEM

Anakütle ve Örneklem

Araştırmanın anakütlesi, Antalya'da faaliyet gösteren otellerin çalışanlarıdır. Antalya ilinde bulunan beş yıldızlı otel işletmelerinin sayısı Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden 31.12.2008 tarihinde alınan bilgilere göre belirlenmiştir. Antalya'da, beş yıldızlı 189 otel ve 37 tatil köyü olmak üzere toplam 226 tesis bulunmaktadır. Ancak tüm çalışanlara ulaşmak mümkün olmadığından örneklem yapılması zorunlu görülmüştür. Kısa zamanda ve az maliyetli bilgi üretilmesine ihtiyaç duyulduğu için kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir (Özdamar 1999). Ayrıca, örneklemin anakütleyi iyi temsil etmesini göz önünde bulundura-

rak mümkün olduğunda farklı yerlerdeki otellere ulaşılmaya çalışılmıştır. Anket, 2009 yılının Eylül ayında uygulanmıştır. Eylül ayı, Antalya ilindeki turizm sektöründe sezonluk faaliyet gösteren otellerde çalışanlar için daha uygun bir dönemdir. Eylül ayında sezonun sonuna yaklaşıldığı için, sezonluk faaliyet gösteren otel çalışanına da ulaşılmaktadır. Araştırmanın örneklemini, kolayda örnekleme yolu ile ulaşılan 21 otelden 415 çalışandır. Çalışan olarak otelde kadrolu çalışanlar dikkate alınmıştır. Sezonluk otellerde de kadrolu çalışanlar bulunmaktadır. Stajyer olarak veya sezon ortası işe alınmış kısa dönemli çalışanlar, araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Çünkü stajyer ve kısa dönemli çalışanların, işletmenin KSS uygulamalarını sağlıklı algılayamayacakları düşünülmüştür. Verinin ideal ve standart bir şekilde toplanması için bir yönerge hazırlanmıştır. Anketi yanıtlayanlara anketin otel yönetimi tarafından yaptırılmadığı, isimleri sorulmadığı ve anket sonuçlarının onlara ulaştırılacağı garantisini verilerle, sorulara gerçekçi yanıtlar vermeleri sağlanmaya çalışılmıştır.

Pilot Çalışma ve Ölçüm Aracı

Araştırmada veri toplama amacıyla anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, anketin ne amaçla hazırlandığı ve anket soruları yanıtlanırken nelere dikkat edilmesi gerektiği belirtilmiştir. İkinci bölümde, çalışanın KSS algılarını, iş tatmini ve işte kalma niyetini değerlendirmek amacıyla kullanılan ölçekler bulunmaktadır. Son bölümde ise demografik sorular bulunmaktadır. KSS ile ilgili ölçek, Maignen ve Ferrell'in (2001) uyguladığı 29 maddelik KSS ölçeği ile Özdemir'in (2007) uyguladığı 22 maddelik KSS ölçeğinden derlenmiştir. Ölçeğin kapsam geçerliliğini sağlamak için KSS ile ilgili akademik çalışmalar yapan uzmanların eleştirileri dikkate alınmıştır. Bu yüzden her iki ölçekte aynı olan maddeler, tek madde olarak yazılıp toplam 38 maddelik ölçek oluşturulmuştur. Ardından, Antalya'da faaliyet gösteren otellerdeki 83 çalışana pilot çalışma uygulanmıştır. Cronbach's Alpha değeri 0,79 bulunmuştur. Yapılan analizlerle, anketin yapısal geçerliliği sağlanmış olup ölçekte anlaşılmayan maddeler çıkartılmıştır. Analizler sonucu, ölçeğin 38 maddesinden 12 tanesi çıkartılıp, toplam 26 maddelik ölçek oluşturulmuştur. Pilot çalışmada yapılan güvenilirlik analizinde "tüm ifadeler" ya da "ölçeğin tamamı" için Cronbach's Alpha değeri 0,93 olarak saptanmıştır. Elde edilen bu değer,

oldukça yüksek bir güvenilirlik düzeyini göstermektedir. Faktör boyutları, Maignen ve Ferrell'in (2001) ve Özdemir'in (2007) KSS ölçeğindeki gibi ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük boyutu olmak üzere dört boyuttan oluşmuştur.

Çalışanın iş tatmini, Cammann vd. (1979) tarafından geliştirilen ve Tepeci (2005) tarafından Türkçeye çevrilen üç maddelik genel iş tatminini ölçeği ile ölçülmüştür. Bu ölçekte kullanılan ifadelerden birisi örnek olarak şu şekildedir: "Yaptığım işten memnunuz." İşte kalma niyeti ise yine Tepeci'nin (2005) çalışmasında kullanılan üç maddeden bir tanesiyle ("Bu işletmede çalışmaya devam etmeyi düşünüyorum." ifadesi ile) ölçülmüştür. Tek maddeli ölçeklerin, güvenilirlik hesaplaması yapılamadığı veya güvenilirlik değerlerinin kabul edilen değerden (.70) düşük olduğu eleştirisi yapılabilmektedir. Ancak, eğer ölçülmek istenilen kavram cevaplayıcılar tarafından açıkça anlaşılıyorsa, iş tatmini gibi tek maddeyle ölçülen tutum ölçeklerinin birden fazla maddeyle ölçülen tutum ölçeklerine oranla ölçülmek istenilen değişkeni daha doğru ölçtüğü bulunmuştur (Wanous ve Hudy 2001). KSS boyutunu algılama, iş tatmini ve işte kalma niyeti maddeleri 5'li Likert tipi derecelendirmeye (1= kesinlikle katılmıyorum, 3= ne katılıyor ne katılmıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum) tabi tutulmuştur.

ANALİZ VE BULGULAR

Analizlerde öncelikle çalışanların demografik özellikleri ve çalıştıkları otelin özellikleri sınıflandırılmıştır. KSS boyutlarının tespit edilmesi için faktör analizi, iş tatmini ve işte kalma niyetinde etkili olan KSS boyutlarının önem sıralarını belirlemek için regresyon analizleri ve sürekli değişkenlerin arasındaki birebir ilişkiyi açıklamak için korelasyon analizi yapılmıştır.

Örneklemin Demografik Özellikleri ve Otelin Özellikleri

Tablo 2'de görüleceği gibi anketleri dolduran çalışanın yaklaşık % 63'ü erkek, % 37'si kadındır. Turizm sektöründe erkek çalışan, kadın çalışana göre daha fazla oranda istihdam edilmektedir. Bu yüzden bu oran turizm sektöründeki gerçek durumu yansıtmaktadır (Turizm Araştırmaları Derneği 2009). %54'ü lise, %19'u ön lisans, %18'i ilköğretim, %9,5'i lisans ve % 0,5'i yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların %69'u, 500 ile 999 TL arasında, %21'i 1000 ile 1499 TL arasında ve %5'i 1500 ile 1999 TL arasında ve % 4'ü 2000TL'nin üstünde aylık gelire

sahiptir. Çalışanların %51'i yiyecek ve içecek departmanında, %17'si önbüro departmanında, %18'i kat hizmetleri departmanında, %7'si muhasebe departmanında ve %6'sı diğer departmanlarda (güvenlik- teknik servis- animasyon vs.) çalışmaktadır. Bilindiği üzere otellerde en yoğun işgücü yiyecek ve içecek, kat hizmetleri ve önbüro departmanında toplanmaktadır. Bu çalışmanın ulaştığı kitle de yoğun olarak bu departmanlarda çalışanlardır. Çalışanın % 69'u alt kademede, %25'i orta kademede ve %6'sı üst kademede çalışmaktadır. Çalışanın %37'si bağımsız, %33'ü yerli zincir, %23'ü grup otellerinde ve % 7'si uluslararası zincir otellerde çalışmaktadır. Otellerin %66'sı yıl boyu açık, %34'ü sezonluk olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

Demografik sorulardan yaş, çalışma süresi ve çalışma saati açık uçlu sorulduğu için, elde edilen yanıtlar sürekli bir ölçümü ortaya koymaktadır. Tablo 3'te görüldüğü gibi anketi yanıtlayan çalışanın

Tablo 2. Otel Çalışanlarının ve İşletmelerin Özellikleri

Demografik Değişkenler	Kategori	n	%
Cinsiyet	Erkek	260	62,7
	Kadın	155	37,3
Eğitim	İlköğretim	74	17,8
	Lise	223	53,7
	Ön Lisans	77	18,6
	Lisans	39	9,4
	Lisansüstü	2	0,5
Aylık Ort. Gelir(tl)	500-999	284	68,4
	1000-1499	86	20,7
	1500-1999	21	5,1
	2000+	14	3,4
Çalıştığı Departman	Yiyecek-İçecek	210	50,6
	Önbüro	72	17,3
	Kat Hizmetleri	75	18,1
	Muhasebe	32	7,7
	Diğer (Tek.ser.,güv.,ani.)	26	6,3
İşteki Pozisyonu	Alt kademe	286	68,9
	Orta Kademe(şef-amir)	103	24,8
	Üst kademe(yönt.-mdr)	24	5,8
Otelin Türü	Yerli zincir	136	32,8
	Uluslararası zincir	31	7,5
	Bağımsız	151	36,4
	Grup oteli	96	23,1
Otelin Faaliyet Süresi	Sezonluk	138	33,3
	Yıl boyu açık	273	65,8

yaş ortalaması 27'dir. Turizm sektöründe çalışanların çoğunu genç nüfus oluşturmaktadır. Anketi yanıtlayanların sektörde çalıştıkları yıl ortalaması üç yıldır. Bu sürenin çalışanın KSS uygulamalarını algılaması için yeterli olduğu düşünülebilir. Çalışma saati ise ortalama 9-10 saattir. Turizm sektörünün yapısı gereği, vardiya süresi 8-10 saat arasında değişmektedir. Bu bakımdan verilen oranlar, sektör koşullarını yansıtmaktadır.

Faktör Analizi

Maignen ve Ferrell'in (2001) ve Özdemir'in (2007) uyguladığı gibi, otel çalışanından toplanan veriler üzerinde de temel bileşenler yöntemi ve varimax dönüştürmesine göre faktör analizi yapılarak KSS boyutları oluşturulmuştur. 26 maddenin faktör analizine tabi tutulması sonucunda yükleme değeri ,50'nin ve özdeğeri 1'in üstünde toplam varyansın % 63,54'ünü açıklayan anlamlı dört faktör elde edilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği, ,939 ve Bartlett testinin anlamlı çıkması ($p < ,000$), verinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. KSS ölçeğinin güvenilirlik analizi sonucunda verilerin genel güvenilirlik değeri (Cronbach's Alpha Katsayısı) 0,91 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 4, faktör maddelerinin özdeğerini ve açıkladığı varyansı, faktörlerin güvenilirlik (iç tutarlılık) değerlerini göstermektedir. Maignen ve Ferrell'in (2001) ve Özdemir'in (2007) KSS algılama ölçeğinde belirlenen dört faktör yapısı, bu çalışmada da görülmektedir. Ancak, ekonomik sosyal sorumluluk boyutunda yer alması beklenen altı maddenin üç tanesi (21, 22, 24) etik sosyal sorumluluk boyutunda yer almıştır. KSS ölçeği için en yüksek varyansı açıklayan (%18,56) Faktör 1 (Etik Sosyal Sorumluluk), 11 maddenin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Faktör 2 (Gönüllü Sosyal Sorumluluk), varyansın % 18,02'sini açıklayıp, altı maddeden oluşmaktadır. Faktör 3 (Yasal Sosyal Sorumluluk), varyansın %15,97'sini açıklayıp, altı maddeden oluşmaktadır. Faktör 4 (Ekonomik Sosyal Sorumluluk), varyansın % 10,79'unu açıklayıp, üç maddeden oluşmaktadır. Faktörlerin güvenilirlik (iç

tutarlılık) katsayıları Cronbach's Alpha ile hesaplanmıştır. Bu katsayılar ,686 ve ,913 arasında olup faktörlerin iç tutarlılıklarını sağladıklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılan çalışanın KSS algılama boyutu, orta değer 3'ün üstünde çıkmıştır. Bu durum, otel işletmelerinde kurumsal sosyal sorumlu uygulamaların çalışan tarafından olumlu algılandığının göstergesidir. Otelciliğin yapısı gereği uluslararası işletmelerle iletişim kurulması, bu işletmelerle sürekli bilgi alışverişi ve turizm sektörünün dinamik yapısı da KSS uygulamalarının geliştirilmesinde kolaylık sağlayabilmektedir. Çalışanın işte kalma niyeti ve iş tatmini değişkenlerinin ortalaması da orta değer 3'ün üstünde çıkarak KSS ile paralellik göstermektedir. Bu durum çalışanın işyerinden memnuniyetinin ortalamasının üstünde olduğu anlamına gelmektedir. Ayrıca bu araştırmanın yapıldığı süreç içerisinde küresel krizin yaşanması, çalışanın KSS algısını etkilemiş olabilir. Çalışanın işini kaybetme korkusu, ekonomik krizde başka bir iş bulamama durumu gibi olumsuz ve kontrol edilemeyen durumların, işte kalma niyeti ve KSS algılama boyutunun orta değer 3'ün üstünde çıkmasını da dolaylı bir etkisi olabilir.

Sürekli Değişkenler Arası Korelasyonlar

Korelasyon analizi, sürekli değişkenler arasındaki birebir ilişkileri açıklaması açısından önemlidir. Korelasyon analizine bakılarak her bir sürekli değişkenin birbiriyle olan ilişkisi görülebilir. Tablo 5'te sürekli değişkenlerle ilgili ortalama, standart sapma ve değişkenler arasındaki korelasyonlar bulunmaktadır.

Çalışanın KSS algılaması ile iş tatmini ($r = 3,62$) arasında doğru yönde ve anlamlı bir korelasyon vardır ($p < ,01$). Çalışanın etik ($r = ,53$), yasal ($r = ,51$), gönüllü ($r = ,44$) ve ekonomik ($r = ,16$) sosyal sorumluluk algılamaları arttıkça, iş tatmini de artmaktadır. KSS algılama boyutu ile işte kalma niyeti ($r = 3,63$) arasında pozitif yönlü korelasyon vardır ($p < ,01$). Çalışanın, etik ($r = ,56$), yasal ($r = ,52$), ekonomik ($r = ,25$) ve gönüllü ($r = ,46$) sosyal sorumluluk algılamaları arttıkça, işte kalma niyetleri de artmaktadır. Çalışanın yaşı ile KSS algılaması arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Özdemir'in (2007) çalışanların KSS algısının örgütsel özdeşleşme, örgütsel bağlılık ve iş tatminine etkisi ile ilgili çalışmasında yaş ile KSS algısı arasında ilişkiye rastlanılmamıştır. Çalışanın günlük çalışma saati ile etik ($r = -,24$) ve yasal ($r = -,19$) sosyal sorumluluk algılaması

Tablo 3. Sürekli Değişkenlerin Frekans Analizi

Değişkenler	n	Ortalama	Standart Sapma
Yaş	412	26,9709	6,24668
Çalışma Süresi (yıl)	412	3,0316	2,40366
Çalışma Saati	414	9,7899	1,97608

Tablo 4. KSS Boyutları

Faktörler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha
Faktör 1: Etik Sosyal Sorumluluk		11,61	18,56	,913
16.Otel hayırsever kuruluşlara yardımda bulunmaktadır.	,655			
22.Bu otel rakiplerine göre rekabet avantajına sahiptir.	,634			
14.Bu otel tarafından önerilen ücretler sektör ortalamasının üstündedir.	,614			
18.Otel yöneticileri, faaliyetlerin topluma olumsuz etkilerini takip eder.	,600			
13.Bu otel çalışanların verimli çalışmasını sağlar.	,595			
20.Bu otel tüketici hakları konusunda yasal düzenlemelerin ötesinde bir duyarlılığa sahiptir.	,586			
15.Bu otel, ek eğitim isteyen çalışanını desteklemektedir.	,569			
17.Otel çalışanları mesleki standartları takip eder.	,568			
21.Bu otel gelirlerini en yüksek seviyeye çıkarmakta başarılıdır.	,558			
19Bu otel, hizmetleri hakkında müşterilere tam ve doğru bilgi sunmaktadır.	,535			
24.Bu otelde müşteri tatmini, kurum performansının belirleyicisi olarak kullanılır.	,517			
Faktör 2: Gönüllü Sosyal Sorumluluk		2,58	18,02	,869
2.Bu otel, çalışanlarının gönüllü olarak katıldıkları faaliyetleri desteklemektedir.	,792			
1.Bu otel, çalışanlarının sivil toplum örgütlerine katılmalarını destekler.	,752			
5.Bu otel, doğal çevreyi koruma ve geliştirme faaliyetlerine aktif olarak katılmaktadır.	,737			
4.Bu otel eğitim, sağlık, kültür, sanat gibi sosyal faaliyetlere destek olmaktadır.	,725			
3.Bu otelde, çevreye olan olumsuz etkileri azaltan çeşitli programlar uygulanmaktadır.	,724			
6.Bu otelde, işgücü çeşitliliğini desteklemek için programlar bulunmaktadır.	,522			
Faktör 3: Yasal Sosyal Sorumluluk		1,20	15,97	,877
9.Bu otel, kanunlara uygun bir şekilde faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.	,776			
8.Otelin yöneticileri, kanunlara uymaya çalışmaktadır.	,754			
10.Bu otel, çalışanlarla ilgili kanuni düzenlemelere uygun hareket etmektedir.	,723			
7.Tüm hizmetler, yasal standartlarla gerçekleştirilir.	,676			
11.Çalışanlara yaşam kalitesini arttıran sosyal haklar (ulaşım, yemek, lojman) sağlanmaktadır.	,571			
12.Bu otel, çalışanlarına sağlık, güvenlik ve refahını koruyan uygun düzenlemelere sahiptir.	,488			
Faktör 4: Ekonomik Sosyal Sorumluluk		1,08	10,79	,686
26.Bu otelde, malzeme ve enerji kullanımını azaltıcı uygulamalar vardır.	,819			
25.Otel, faaliyet giderlerini düşürmek için çabalamaktadır.	,818			
23.Otel, müşteri şikayetlerini uygun şekilde yanıtlamaktadır.	,443			

Not: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi. Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği=.939 Bartlett Testi Anlamlılığı= $p < .000$ (Ki-kare değeri= 5520,096, serbestlik derecesi (df)= 325)

arasında negatif yönlü bir ilişki vardır ($p < ,01$). Çalışanın oteldeki günlük çalışma saati arttıkça, etik ve yasal KSS algısı düşmektedir. Ekonomik ve gönüllü KSS algısıyla ilgili ilişkiye rastlanmamıştır. Çalışanın sektörde çalıştığı süre ile etik ($r = ,15$), yasal ($r = ,13$) ve ekonomik ($r = ,14$) KSS algılamasında anlamlı ve doğru yönde bir ilişki vardır ($p < ,01$). Çalışanın sektörde çalıştığı süre arttıkça, işletmeyi daha iyi tanıması KSS algılamasına yardımcı olabilir.

Regresyon Analizi

Çalışanların iş tatmini ve işte kalma niyeti ile ilişkili bulunan KSS boyutlarının önem sıralarını belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 6'da görüldüğü gibi, çalışanların KSS boyutlarından bazıları üzerine algılamasının, iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilmiştir.

KSS boyutlarının algılanmasının, iş tatmini üzerinde değişimi açıklama oranı %37 dir (Düzeltilmiş

Tablo 5. Sürekli Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri ve Korelasyonlar

	X	(SS)	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Yaş	26,98	6,25	,49**	-,13*	-,03	-,07	-,07	,65	,14**	,11*
2.Çalışma Süre	3,04	2,41		-,07	,15**	,06	,13*	,14**	,26**	,24**
3.Gün Çal. Saat	9,79	1,98			-,24**	-,09	-,19**	-,09	-,18**	-,15**
4.Etik S. S.	3,49	,82				,67**	,74**	,39**	,56**	,53**
5.Gönüllü S. S.	3,16	1,08					,63**	,13*	,46**	,44**
6.Yasal S. S.	3,73	,87						,31**	,52**	,51**
7.Ekonomi S. S.	3,82	1,00							,25**	,16**
8.İşte Kalma N.	3,63	1,21								,65**
9. İş Tatmini	3,62	,88								

5'li Likert derecelendirme (1= Kesinlikle katılmıyorum, 3= ne katılıyorum ne katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum). ** p<,01 * p<,05

R²=,370 p<,0001). İş tatmini üzerinde etkili olan KSS boyutları ise etik KSS boyutu algısı (β =,290; t=3,689; p<,001) ve yasal KSS boyutu algısıdır (β =,264; t=3,796; p<,001). Gönüllü ve ekonomik KSS boyutunun anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir.

Tablo 7'de görüldüğü gibi, çalışanların KSS boyutlarından bazıları hakkındaki algılamasının, işte kalma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilmiştir. KSS boyutu algısının, işte kalma niyeti üzerinde değişimi açıklama oranı % 41'dir (Düzeltilmiş R²= 0,406 p<,0001).

İşte kalma niyeti üzerinde etkili olan KSS boyutları ise etik KSS boyutu algısı (β =,331; t=4,318; p<,001) ve yasal KSS boyutu algısıdır (β =,232; t=3,430; p<,001). Gönüllü ve ekonomik KSS boyutunun anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir.

TARTIŞMA

Araştırmada otel çalışanlarının KSS algısının olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir. Literatürde Özdemir'in (2007) ve Çerik ve Özarslan'ın (2008) çalışmalarında da çalışanların KSS algısı olumlu yönde bulunmuştur. Ancak, KSS boyutlarının algılanması ortalamaları itibarıyla en yüksekte en

düşüğe ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük boyutu şeklinde sıralanırken, Özdemir'in (2007) çalışmasında bu sıralama yasal, etik, ekonomik ve gönüllülük boyutu şeklindedir. Bu farklılığın nedeni, işletmelerin farklı KSS uygulamalarıyla faaliyette bulunması olabilir. Çalışanların, genel olarak otel yönetiminin söz konusu alanlardaki faaliyetlerini yeterli buldukları söylenebilir. Çalışanların KSS algısı arttıkça, iş tatminleri de artmaktadır. Literatürde bu bulguyu destekleyen çalışmalar bulunmaktadır (Özdemir 2007; Nadiri ve Tanova 2009). Özdemir'in (2007) çalışanların KSS algısının örgütsel özdeşleşme, örgütsel bağlılık ve iş tatminine etkisi ile ilgili çalışmasında iş tatmini üzerinde etkili olan KSS boyutu sadece gönüllü KSS boyutu iken, bu çalışmada etik ve yasal KSS boyutudur. Bu farklılığın ortaya çıkmasında özellikle, işletmelerin farklı sektörde faaliyet göstermeleri ve işletmelerin uyguladıkları KSS faaliyetleri etkili olabilir. Nadiri ve Tanova'ya (2009) göre, çalışanların kurumsal vatandaşlık davranışı geliştirmelerinde otelin KSS faaliyetleri etkili olmaktadır. Çalışmada, çalışanların KSS algısı arttıkça, iş tatmini de artmaktadır. Çalışmanın bir diğer sonucu, çalışanların KSS al-

Tablo 6. KSS Boyutları ile İş Tatmini Regresyon Analizi

	Beta	t	Sig.
		2,705	,000
Gönüllü KSS	,111	1,693	,092
Etik KSS	,290	3,689	,000
Yasal KSS	,264	3,796	,000
Ekonomik KSS	-,054	-1,088	,277

(Multiple R= ,620; R²= ,384; Düzeltilmiş R²= ,370; F= 27,582; Sig. F= ,0001)

Tablo 7. KSS Boyutları ile İşte Kalma Niyeti Regresyon Analizi

	Beta	t	Sig.
		2,501	,000
Gönüllü KSS	,080	1,258	,808
Etik KSS	,331	4,318	,000
Yasal KSS	,232	3,340	,000
Ekonomik KSS	,056	1,162	,246

(Multiple R= ,647; R²= ,419; Düzeltilmiş R²= ,406; F= 31,818; Sig. F= ,0001)

gısı arttıkça, işte kalma niyetleri de artmaktadır. İşten kalma/ayrılma niyetini ile ilgili çalışmalarda da (Tak ve Çiftçioğlu 2007; Sabuncuoğlu, 2007; Cho vd. 2009) benzer sonuçlar bulunmuştur. Tak ve Çiftçioğlu'na (2007) göre örgüt değerlerini benimseyen çalışanın, işten ayrılma niyeti düşük olmaktadır. Cho vd.'ye (2009) göre örgütsel faaliyetlerin çalışanlar tarafından doğru algılanması, çalışanın işte kalmasında etkilidir. İşletme KSS'yi çalışanlarına doğru uyguladığı takdirde, çalışanların işte kalmasını sağlayabilir.

Çalışanın oteldeki günlük çalışma saati arttıkça, etik ve yasal KSS algısı düşmektedir. Ekonomik ve gönüllü KSS algısı ile ilgili ilişki bulunamamıştır. Otel yönetimi çalışanlarla ilgili politikalarda bu durumu göz önünde bulundurarak, otelin KSS uygulamalarını daha etkili düzenleyebilir. Böylece çalışanın KSS algısı artabilir, iş tatmini ve işte kalma niyetine etki edebilir. Çalışanın sektördeki çalışma süresi arttıkça, etik, yasal ve ekonomik KSS algısı artmaktadır. Gönüllü KSS algısı ile çalışma süresi arasında ilişki bulunamamıştır. Çalışanlar otelde deneyim kazandıkça, otel yönetiminin politikasını, felsefesini, misyonunu ve vizyonunu daha sağlıklı anlayabilecektir. Böylece çalışanlar, otelin KSS uygulamalarını daha iyi algılayabilecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Otelin varlığını sürdürebilmesi, çevresine karşı sorumluluklarını yerine getirip getirmemesine bağlı olabilmektedir. Bu nedenle otelin, KSS faaliyetleri uygularken, çevresini oluşturan elemanları dikkate alması gerekir. Çevre elemanlarının algısına bağlı olarak otel, çevresine karşı sorumluluklarını ne ölçüde yerine getirebildiğini görebilecektir. Oteller hizmet sunumunu, emek yoğun olarak gerçekleştirdiklerinden, çalışanına karşı sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmalıdır. Çünkü bu sorumluluklar çalışanın performansını ve çalışma dışı zamanlardaki yaşam kalitesini de etkileyebilmektedir.

Çalışanın KSS algısının boyutlarını ve bu algının çalışanın iş tatminine ve işte kalma niyetine etkisinin olup olmadığını araştıran bu çalışmada, otel çalışanlarının ekonomik, yasal, etik ve gönüllü KSS algısı yüksek bulunmuştur. Otellerin KSS uygulamaları, çalışanı tarafından olumlu algılanmaktadır. İş tatmini ve işte kalma niyeti üzerinde etkili olan KSS boyutları ise etik ve yasal KSS'dir. Çalışanın yasal ve etik KSS algısı arttıkça, iş tatmini ve işte kalma niyeti de artmaktadır. Otel çalışanları ile ilgili ücret ödeme politikası, ek eğitim ve hizmet içi

eğitim verme, verimli çalıştırma, mesleki standartlar, hayırsever kuruluşlara yardım gibi etik faaliyetlerde bulunması, çalışanın iş tatminini ve işte kalma niyetini olumlu yönde etkilemektedir. Otelin kanunlara uygun şekilde faaliyette bulunması, yasal standartlara uygun hizmet üretmesi, çalışanların yaşam kalitesini arttıran sosyal haklar ve sağlık, güvenlik ve refahını koruyan düzenlemelerde bulunması, çalışanın iş tatminini ve işte kalma niyetini olumlu yönde etkilemektedir. Bu nedenle, etik ve yasal KSS uygulamalarının içeriğine, çalışanı motive eden eylemler, performansını arttıran uygulamalar eklenebilir. Diğer taraftan otel KSS uygulamalarında ekonomik KSS ve gönüllü KSS'yi güçlendirerek, özellikle etik ve yasal KSS'nin etkinliğini destekleyici uygulamalar yapabilir. Ekonomik ve gönüllü KSS uygulamalarının içeriği kontrol edilip, farklı uygulamalar denenebilir veya değiştirilebilir. KSS'nin ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük boyutu ile çalışanlarına sağlıklı iş ortamı sağlayan ve çalışanların haklarına saygılı olan oteller, kurumsallaşma yolunda önemli aşamalar kaydeden otellerdir. Otel yönetimi, KSS faaliyetlerine çalışanı dahil ederek ve/veya teşvik ederek, çalışanın KSS algısını arttırabilir. Bu konuda insan kaynakları yönetimi, çalışanın algısına yönelik araştırma ve uygulama yapabilir. Böylece otelde KSS yerine getirilerek, çalışanın iş tatmini arttırılabilir. Müşteriyi tatmin edici hizmet sunumu gerçekleştirilebilir. İşyerinde ortaya çıkabilecek çatışmalar, memnuniyetsizlik, yıldırma, tükenmişlik engellenbilir.

Araştırmada, çalışanın oteldeki çalışma saati ve sektörde çalışma süresi ile ilgili olarak şu sonuçlar tespit edilmiştir: Çalışanın otelde çalışma saati arttıkça, KSS algısı düşmektedir. Yönetimin çalışana fazla mesai uygulaması, çalışanı çok yoğun tempoda ve uzun süre çalıştırması, işgücünden tasarrufu olarak uygulansa da, bu tür uygulamalar çalışanın performansını buna bağlı olarak otelin hizmet kalitesini olumsuz etkilemektedir. Çalışanın sektörde çalıştığı süre arttıkça, KSS algısı da artmaktadır. Otelerde uzun süre çalışanlar, zamanla yönetimin felsefesini, misyonunu ve vizyonunu benimseyerek, kurumun bir parçası olmaktadır. Kurumsal otelerde bu durum daha kolay gerçekleşebilir. Ayrıca sektör deneyimi olan çalışan istihdam edilmesinin, eğitim masrafının düşmesi, iş hatalarının azalması gibi yararları olurken, aynı zamanda KSS'nin de sağlıklı algılanmasını sağlayabilir. Bununla birlikte otelin insan kaynakları departmanı,

KSS uygulamalarının çalışan tarafından algılanmasını güçlendirmek için, işe alımlarda deneyimli çalışanı tercih edebilir. Otelde deneyimli çalışanın ücreti, deneyimsiz çalışanın ücretine göre yüksek olsa da, KSS'yi deneyimsiz çalışana göre daha iyi algıladığından, ileride oluşabilecek maliyetleri önleyebilir.

KSS'yi uygulayabilen oteller çalışanın iş tatmini ve işte kalma niyetini olumlu etkileyebilirken, KSS'yi uygulamış gibi yapan otellerde işten ayrılmalar artabilir ve tatmin olmayan çalışan ile müşterilere hizmet sunulabilir. Böylece oteller tatmin olmayan müşteri, maliyetlerin artması ve gelirlerin azalması gibi birbirini tetikleyen sorunlarla karşılaşabilir. Sonuç olarak, otel yönetiminin çalışanın ekonomik ve yasal haklarını etik davranışlarla koruyup, gönüllü faaliyetlerle sağlama çalışmalarını mümkündür. Bu tür uygulamalar, çalışanın iş tatminini ve işte kalma niyetini artırabilir.

Yapılan değerlendirmelere istinaden, gelecek çalışmalar için, belli başlı önerileri belirtmekte fayda vardır. Çalışanın KSS algılamasına yönelik olan bu çalışma, sadece çalışan üzerinde değil, bununla birlikte müşteriler, hissedarlar, tedarikçiler gibi diğer çevre elemanlarına da uygulanıp, işletmenin toplam KSS algılaması tespit edilebilir. Diğer çevre elemanları üzerinde araştırma, uygun zamanda yapılması gerekir. Örneğin sezonluk bir otelin konuklarına yönelik araştırma, konunun otelde bulunduğu zamanda uygulanması gerekir. Araştırma sadece Antalya ilinde değil, her il, bölge, destinasyon ve ülke geneli için ayrı ayrı uygulanabilir. KSS algısı ile araştırma sadece otel için değil, seyahat acentası, ulaştırma şirketi gibi diğer turizm işletmelerinde de uygulanabilir. Ölçülmek istenen KSS boyutlarının içeriği; işletmelerin özelliklerine, sunduğu hizmetin içeriğine ve sektörün yapısına uygun olmalıdır. Bu uygulamalarla işletmenin kurumsallaşması yolunda önemli verilere ulaşıp, yöneticilerin işletme hakkında karar verirken daha dikkatli olmaları sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akçemci, T., Çelik, A. ve Özgener, Ş. (2001). Sosyal Denetim Kavramına Genel Bir Yaklaşım (Değerlendirme), *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 7 (2): 9-21.
- Aldag, R. J. ve Stearns, T. M. (1991). *Management*. Ohio: South Western Publishing Com.
- Avcıkurt, C. (2007). *Turizm Sosyolojisi Turist-Yerel Halk Etkileşimi*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydede, C. (2007). *Yükselen Trend Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Media Cat.
- Ayuso, S. (2006). Adoption of Voluntary Environmental Tools for Sustainable Tourism Analysing the Experience of Spanish Hotels, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13 (4): 207-220.
- Bayrak, S. (2001). *Ahlak ve Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Bingöl, D. (1996). *Personel Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Bohdanowicz, P. ve Zientara, P. (2009). Hotel Companies' Contribution to Improving the Quality of Life of Local Communities and the Well-being of their Employees, *Tourism and Hospitality Research*, 9: 147-158.
- Boone, L. E. ve Kurtz, D. L. (1992). *Management*. New York: McGraw-Hill.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper&Row.
- Cammann, C., Fichman, M., Jenkins, D. ve Klesh, J. (1979). *The Michigan Organizational Assessment Questionnaire*. University of Michigan Ann Arbor MI?
- Carroll, B. A. (1979). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 4 (4): 39-48.
- Carroll, B. A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility, *Business Horizons*, July-August 28 (3): 40-52.
- Carroll, A. B. (1993). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. (2. Baskı.) Cincinnati: South-Western College Publishing.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct, *Business and Society*, 38 (3): 268-295.
- Carroll, A. B. (2004). Managing Ethically with Global Stakeholders: A Present and Future Challenge, *Academy of Management Executive*, 18 (2): 114-120.
- Chen, Z. (2001). Further Investigation of the Outcomes of Loyalty to Supervisor: Job Satisfaction and Intention to Stay, *Journal of Managerial Psychology*, 16 (7/8): 650-660.
- Cho, S., Johanson, M. M. ve Guchait, P. (2009). Employees Intent to Leave: A Comparison of Determinants of Intent to Leave Versus Intent to Stay, *International Journal of Hospitality Management*, 28 (3): 374-381.
- Çekmecelioğlu, H. G. (2007). Örgüt İkliminin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1): 79-97.
- Çerik, Ş. ve Özarslan, E. (2008). Çalışanların Sosyal Sorumluluk Boyutlarına İlişkin Algılamaları: İlaç Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8 (2): 587-604.
- Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15: 1-13.
- Dalyan, F. ve Gökbel, S. (2005). *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: İMKB'de İşlem Gören Bankaların Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Karlılıkları Arasındaki İlişki*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Davis, K. (1997). *Five Propositions for Social Responsibility, Managing Corporate Social Responsibility*. (Editör: Archie B. Carroll) Boston: Little, Brown and Company.
- Diorisio, C. ve McCain, S. L. C. (2007). An Examination of Hotel Corporate Philanthropy Behavior, *The Consortium Journal of Hospitality Tourism*, 12 (1): 37-45.
- Elias, R. Z. (2004). An Examination of Business Students Perception of Corporate Social Responsibilities Before and After Bankruptcies, *Journal of Business Ethics*, 52 (3): 267-281.

- Eren E. (2000). *İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Hopkins, M. (2003). *The Planetary Bargain*. Earth-scan: UK.
- Jamali, D. ve Mirshak, R. (2007). Corporate Social Responsibility (CRS): Theory and Practice in a Developing Country Context, *Journal of Business Ethics*, 72: 243-262.
- Kazancı, M. (2007). *Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler*. (7. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Lam, T., Zhang, H. ve Baum, T. (2001). An Investigation of Employees' Job Satisfaction: The Case of Hotels in Hong Kong, *Tourism Management*, 22: 157-165.
- Lantos, G. P. (2002). The Ethicality of Altruistic Corporate Social Responsibility, *The Journal of Consumer Marketing*, 19 (2/3): 205-208.
- Maignan, I., Ferrell, O.C. (2001). Antecedents and Benefits of Corporate Citizenship: An Investigation of French Businesses, *Journal of Business Research*, 51: 1-15.
- Margaret, D., Leo, J. ve Michael, S. (2007). Corporate Social Responsibility within the Hospitality Industry, *Tourism Review International*, 11 (2): 107-117.
- Mintzberg, H. (1993). The Case of Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Strategy*, 4 (2): 3-15.
- Mowday, R.T., Porter, L.W. ve Steers, R. M. (1982). *Organizational Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover*. San Diego CA: Academic Press.
- Nadiri, H., Tanova, C. (2009). An Investigation of the Role of Justice in Turnover Intentions Job Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior in Hospitality Industry, *International Journal of Hospitality Management*, 29 (1): 33-41.
- Okuy, G. (2009). İşletmelerin Çalışanlarına Karşı Kurumsal Sosyal Sorumluluklarının İş Tatmini Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdamar, K. (1999). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*. (2. Baskı) Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, H.Ö. (2007). Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarının Örgütse Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatminine Etkisi: Opet Çalışanlarına Yönelik Uygulama (Basılmamış Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, M. (2003). *Fonksiyonlar Açısından İşletme Yönetimi*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Pirsch, J., Gupta, S. ve Grau, S. (2007). A Framework for Understanding Corporate Social Responsibility Programs as a Continuum: An Exploratory Study, *Journal of Business Ethics*, 70: 125-140.
- Rodriguez, F. J. G. ve Cruz, Y. M. A. (2007). Relation Between Social-Environmental Responsibility and Performance in Hotel Firms, *Hospitality Management*, 26: 824-839.
- Sabuncuoğlu, E. T. (2007). Eğitim, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 7 (2): 613-628.
- Saç, Ö. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Örgütsel Bağlılığın Etkisi Üzerine Bandırma Yerelinde Bir Araştırma (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sevimli, F. İşçian, Ö.F. (2005). Bireysel ve İş Ortamına Ait Etkenler Açısından İş Doyumu, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 5(1): 55-65.
- Singhapakdi, A., S. Scott, ve Rallapalli, K. (1995). The Perceived Importance of Ethics and Social Responsibility on Organizational Effectiveness: A Survey of Marketers, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23 (1): 49-56.
- Stahl, M. J. Grigsby, D. W. (1997). *Strategic Management: Total Quality and Global Competition*. New Jersey: Blackwell Publishing.
- Şimşek M. Şerif, Akgemci, T. ve Çelik, A. (2003). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış* (3. Baskı). Konya: Adım Matbaacılık.
- Tak, B. ve Çiftçioğlu, B. A. (2007). Mesleki Bağlılık ve Çalışanları Örgütte Kalma Niyeti Arasındaki İlişkiyi İncelemeye Yönelik Görgül Bir Çalışma, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 63 (4): 155-1748.
- Tepeci, M. (2005). The Dimensions and Impacts of Organizational Culture on Employee Job Satisfaction and Intent to Remain in the Hospitality and Tourism Industry in Turkey, *Journal of Travel and Tourism Research*, 5 (1/2): 21-39.
- Tett, R. P. Meyer, J. P. (1993). Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention and Turnover: Path Analysis Based on Meta-analytic Findings, *Personnel Psychology*, 46 (2): 342-346.
- Tevrüz, S., Artan, İ. ve Bozkurt, T. (1999). *Davranışlarımızdan Seçmeler (Örgütsel Yaklaşım)*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Turizm Araştırmaları Derneği (2009). TURAD Turizmi ve İstihdamı Araştırdı. http://www.turad.org/images/uploads/turad_basin_b%C3%9Cten%C4%B0_091109. Erişim Tarihi: 12.06.2010.
- Türk Dil Kurumu (2011). <http://tdkterim.gov.tr/bts/>. Erişim Tarihi: 19.07.2011.
- Wan S. W. (2006). Defining Corporate Social Responsibility, *Journal of Public Affairs*, 6: 176-184.
- Wanous, J. P. ve Hudy, M. J. (2001). Single-item Reliability: A Replication and Extension, *Organizational Research Methods*, 4 (4): 361-375.
- Yönet, E. (2006). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13: 239-264.