



Gönderiliş Tarihi: 22/06/2021

Kabul Tarihi: 25/08/2021

ORCID 0000-0002-3297-1659

ORCID 0000-0002-2542-1026

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN (KSS) İŞİN ANLAMINI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BANKA ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA¹

Hasan Hüseyin UZUNBACAK²
Şerife KARAGÖZ³

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramını oluşturan “ticari sorumluluk”, “etik sorumluluk” ve “sosyal sorumluluk” boyutlarının işin anlamı üzerine olan etkisini Burdur, Isparta ve Antalya’da faaliyet gösteren özel banka çalışanlarından elde edilen veriler üzerinden incelemektir. Araştırmanın örneklemini 294 özel banka çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formundan yararlanılmıştır. Anket formu KSS, işin anlamı ve demografik sorulardan oluşmaktadır. Veriler kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Toplanan bu veriler SPSS 22.0 ve AMOS 21.0 programları kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde betimleyici istatistikler, Pearson korelasyon, hiyerarşik regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucuna göre, etik sorumluluk ve sosyal sorumluluğun işin anlamı üzerinde bir etkisi olduğu; fakat ticari sorumluluğun işin anlamı üzerinde bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal sorumluluk, işin anlamı.

Jel Kodu: M10, M14, M19

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) ON THE MEANING OF WORK: A RESEARCH ON BANK EMPLOYEES

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the effects of the dimensions of “commercial responsibility,” “ethical responsibility,” all of which construct the concept of “corporate social responsibility,” on the meaning of work via the data acquired from the employees of private banks operating in Burdur, Isparta, and Antalya. 294 private bank employees constitute the sample of the study. In the research, the questionnaire form was used as a data collection tool. The questionnaire consists of CSR, the meaning of work, and demographic questions. The data that is collected is analyzed by using SPSS and Amos programs. In the analysis of data, descriptive statistics, Pearson’s correlation, and hierarchical regression analysis were used. According to the research results, ethical responsibility and social responsibility have an effect on the meaning of work. However, it has been determined that commercial responsibility has no effect on the meaning of work.

Keywords: corporate social responsibility, social responsibility, the meaning of work.

Jel Codes: M10, M14, M19

¹ Bu çalışma, 10-13 Haziran 2021 tarihleri arasında düzenlenen 20. Uluslararası İşletmecilik kongresinde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, hasanuzunbacak@sdu.edu.tr,

³ Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, srfrkgz1992@gmail.com.

1.GİRİŞ

İşletmelerin küreselleşmenin etkisiyle birlikte değişen ve gelişen çevre koşullarında varlıklarını sürdürebilmeleri ve rekabet avantajı sağlayabilmeleri güç hale gelmeye başlamıştır (Alparslan ve Aygün, 2013: 436). İşletmelerin faaliyetlerini devam ettirmesinin altında yatan temel amaç kâr elde etmektir. Bu amaçların ötesinde günümüzde kurumlar faaliyetlerini sürdürmede paydaşların kritik bir öneme sahip olduğunu fark etmişlerdir (Çetinkaya Özdemir ve Okur, 2020: 671). Bu bağlamda toplumun istek ve beklentilerine karşı hassas olma, toplumsal sorunlar karşısında duyarlı olma, doğal çevreyi koruma tavrı sergileme. Kısaca çalışan faktörüne değer verip onları koruyup gözeten kurumlar rakip olarak gördükleri emsallerine göre daha avantajlı konumdadırlar (Karatepe ve Ozan, 2017: 81). Kurumların ticari amaçlara odaklanmadan kendi istekleriyle paydaşlarıyla olan faaliyetlerini sürdürmeleri KSS olarak değerlendirilir (Çetinkaya Özdemir ve Okur, 2020: 671). Günümüzde KSS kavramı, hem özel hem de kamu kuruluşları tarafından uygulama biçimleri, kullandığı stratejiler ve evrensel kabuller açısından önem arz etmektedir. KSS uygulamaları gerek kuruluşlara gerekse kişilere çeşitli yararlar sağlamaktadır (Karataş, 2019: 1170). Bu bağlamda literatürde KSS algısı ile işin anlamı arasında bir ilişki olduğu ve KSS'nin işin anlamını artırması beklenmektedir (Afsar vd., 2019: 10). İşin anlamı üzerine çalışma yapan pek çok araştırmacının bazı ortak görüşleri bulunmaktadır. Bu bireyin sadece maddi açıdan değil; kariyer imkanları, kişisel gelişim ve sosyal sorumluluk açısından da çalışma şartlarını değerlendirmesidir (Fındıklı vd., 2017: 399). KSS uygulamalarına katılan çalışanlar, toplumların gelişimine katkıda bulunmaktadırlar. Özellikle, KSS ile işin anlamı arasındaki bağlantı, psikolojik ve sosyolojik perspektiflerle açıklanabilir. Psikolojik bakış açısına göre, KSS uygulamalarına katılmak çalışanların benlik saygılarını artırarak işin daha anlamlı olduğunu algılamalarını sağlar (Rosso vd., 2010: 94).

Örgütler KSS faaliyetlerinde bulduklarında, çevrelerindeki ekonomik, ekolojik veya sosyal çevreye aktif olarak katkıda bulunurlar. Bu tür faaliyetler örgütlerin imajını güçlendirmekte, çalışanların kendileri ve başkalarının refahına önem veren ve katkıda bulunan bir yer olarak çalıştıkları örgüt için olumlu bir kimlik oluşturmalarına izin vermektedir (Raub ve Blunschi, 2014: 11; Aguinis ve Glavas, 2012: 955). Bir işletmede hem çalışanlar hem de örgüt oldukça önem arz etmektedir. Bu bağlamda nitelikli çalışanlar işlerinin anlamlı olmasına önem verdikleri için örgütler de beceri ve yeteneği yüksek olan çalışanlar elde etmektedirler (Cartwright ve Holmes, 2006). KSS ve işin anlamı arasında olumlu yönde bir ilişki olduğuna dair literatürde destekleyici bazı çalışmalar mevcuttur (Afsar vd., 2019: 7; Clark, 2017: 33). KSS faaliyetlerine önem veren işletmelerin diğer işletmelere göre daha ilgi çektiği, itibar ve imajının arttığına yönelik araştırmalar mevcuttur. Bu olumlu etki duygusu, çalışanların yeteneklerine güvenmelerine, kendilerini işletmeyle özdeşleştirerek özgüvenlerinin artmasına ve işin anlamını keşfetmelerini sağlar. Ve kendilerini işletme ile özdeşleştirerek bireysel saygınlıklarını arttırmaya çalışmaktadırlar (Bauman ve Skitka, 2012: 64-70).

Literatürde KSS kavramını oluşturan “ticari sorumluluk”, “etik sorumluluk” ve “sosyal sorumluluk” boyutlarının işin anlamı üzerine olan etkisini inceleyen araştırmaya doğrudan rastlanılmamış olması bu araştırmanın önemini ortaya koymakta ve sonraki çalışmalara yol gösterici öncü bir çalışma niteliğinde olabileceği düşünülmektedir.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Örgütler faaliyette buldukları toplumun bir parçasını oluşturmaktadırlar. Bu bağlamda toplumda ortaya çıkan herhangi bir sorunu göz ardı edemezler. Ortaya çıkan bu sorunların üstesinden gelebilmenin yollarından birisini KSS faaliyetleri oluşturmaktadır (Fidan ve Şentürk, 2017: 40). Geçmişten günümüze KSS kavramı, sivil toplum kuruluşları (STK), devletler ve müşteriler de dahil olmak üzere farklı sektörler tarafından da desteklenmiş ve çalışma hayatında vazgeçilmez kavramlardan biri haline gelmeye başlamıştır (Marom, 2017: 237).

KSS 1970'li yıllardan bu yana farklı şekillerde varlığını göstermiş ve günümüze kadar gelmiştir. KSS kavramı literatürde ilk kez Bowen'ın (1953) “İş Adamlarının Sosyal Sorumlulukları” (Social Responsibilities of the Businessman) adlı kitabında ele alınmıştır (Valor, 2005: 19). Söz konusu bu

kitapta yöneticilerin toplumun değerini ve hedeflerini göz ardı etmeden kararlar almaları ve bu kararların uygulamaya geçirilmesi gerektiğini savunmaktadır (Windsor, 2001: 227). KSS, örgütlerin hem kendi hedefleri hem de toplumun istek ve beklentilerini karşılama aşamasında ortaya koymuş oldukları faaliyetlerin bütünüdür. Bunun yanında örgütlerin hem iç çevresine (çalışanlar) hem de dış çevresine (paydaş-müşteri) yönelik girişimlerini kapsamaktadır (Karataş, 2019: 1170).

1979 yılında Schwartz ve Carroll (2003) daha önce oluşturulmuş olan KSS piramidi üzerinde güncelleme yapmışlardır. Bu güncellemeye göre, hayırseverlik/gönüllülük boyutu hem etik hem de diğer boyutlara dâhil edildiğinden yeni oluşturulan bu modelin içine alınmamıştır. Yeni modelin güncellenmesinin sebebi eski modelde oluşan karmaşıklığa açıklık getirebilmektir. Bu çalışmada Carroll'un güncel olan makalesi ve Singh vd., (2008) tarafından yapılan çalışmalardan yola çıkarak KSS alt boyutları ekonomik/ticari, etik ve sosyal sorumluluk olmak üzere üç boyut altında toplanmaktadır (Parılı vd., 2018: 198-199).

Ticari sorumluluk, örgütlerin temel amacı mal ve hizmet üreterek karlılık elde etmektir. Örgütler müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayarak kar elde ederler ve ticari sorumluluklarını yerine getirmeden diğer sorumlulukları yerine getiremezler. Bu bağlamda ticari sorumluluk bir örgütün varlığını devam ettirebilmesi için önem arz etmektedir (Carroll, 1991: 40-41). Etik sorumluluk, çalışanların hak ve adalete ilişkin algılarını içermektedir. Örgütlerin hedeflerine ulaşmak amacıyla tercih etmiş olduğu yöntemlerin sosyal, kültürel ve ekonomik refahını olumsuz etkilemeden nasıl gerçekleşip gerçekleşmeyeceğini ele almaktadır (Carroll, 1991: 41). Sosyal sorumluluk ise, örgüt çevresindeki bireyler ve gruplar arasındaki davranış biçimleri ile bağlantılıdır. Örgütler çalışma dünyasında faaliyetlerini sürdürürlerken içinde buldukları toplumların da menfaatlerini gözetmelidirler (Çelik, 2007: 44).

KSS bazı teorisyenlere göre pozitif, bazı teorisyenlere göre ise negatif olarak nitelendirilmektedir. Eğer bu görüşlerin dile getirildiği koşullar dikkate alınırsa yapılan değerlendirmelerin doğru olduğuna yönelik yorumlarda bulunulabilir. Sürekli değişim ve gelişim gösteren günümüzde bilgi toplumuna geçiş aşaması ile birlikte KSS bir hayli ön plana çıkmış ve kurumların vazgeçilmez özelliklerinden biri haline gelmeye başlamıştır. Bu bağlamda kurumlar varlıklarını sürdürebilmek için hem kar elde etme hem de sosyal sorumluluk dengesini sağlamalıdır (Karaismailoğlu, 2006: 20).

KSS işletmelere bazı katkılar sunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekildedir:

- ✓ İşletmenin itibar ve imajını artırır.
- ✓ Çalışanların işlerine ve örgütlerine yönelik motivasyon ve bağlılıklarını artırır.
- ✓ Kar artışı ile birlikte yeni pazarlara açılma girişimlerinde bulunur.

KSS sağlamış olduğu bu katkılar işletmelerin sürdürülebilirliklerini arttırmak açısından bir itici gücü oluşturmaktadır (Weber, 2008: 249).

KSS işletmelere katkılarının yanında bazı sakıncaları da bulunmaktadır. Bu sakıncaların temelini işletmelerin ekonomik sorumluluklarını yerine getirmiyor olması ve kar amaçlı kurulması oluşturur. Bunun yanında eğer işletmeler yasal ve ekonomik sorumluluklarının dışına çıkıp başka sorumluluklar yüklenme eğilimi gösterirlerse zamanla etkinliklerini ve güçlerini kaybetmeye başlar (Karaismailoğlu, 2006: 21-22). Ayrıca, işletmelerin esas amacı olan kar amacı gütmek dışında gösterecekleri eylemler işletmelerin rekabet üstünlüğünün azalmasına ve bunun yanında temel hedeflerinden uzaklaşmalarına neden olur. İşletme sosyal faaliyetlerde bulunmaya başladığı zaman bu durum maliyetlerde artışlara neden olur, fiyatlar yükselir ve fiyatların yükselmesiyle birlikte hem karlılık azalır hem de toplumsal refah düzeyi bozulur (Çelik, 2007: 79).

2.2. İşin Anlamı

Bireyler yaşamlarının her alanında bir anlam arayışı içerisindeyler (Frankl, 2013: 149). Anlam, bireyin iç dünyası ile dış bağlamı arasındaki karşılıklı ilişkiyi temsil etmektedir (Cartwright ve Holmes, 2006: 202). İşin anlamı, "kişinin kendi ideallerine ya da kendi standartlarına göre değerlendiren bir iş hedefinin ya da amacının önemi" olarak tanımlanmaktadır (May vd., 2004: 14). Bir diğer ifadeyle işin anlamı, kişilerin çalışma deneyimlerine dair öznel ve olumlu algılar şeklinde ifade edilmektedir (Rosso vd, 2010). Pozitif bir değer olarak işin anlamı, hedonik (zevk odaklı) odaktan ziyade eudaimonic

(büyüme ve amaca yönelik) yaklaşımı ifade etmektedir (Steger vd., 2012: 323). İşin anlamının dört temel anlam veya anlamlılık kaynağı bulunmaktadır. Bunlar: “Benlik (bireyin değerleri, motivasyonları ve inançları) diğer kişiler (çalışma arkadaşları, aile, toplum) iş bağlamı (görev tanımları, işletme vizyon ve misyonu, maddi kazançlar, işin kimliği, özekliliği) ve manevi yaşam (dini ritüeller). Daha önce bu kategorilere göre organize edilmemiş olsalar da, bu araştırma alanları, belirli bir kaynağın çalışanların işlerinde deneyimledikleri anlam veya anlamlılığı nasıl etkilediğine dair farklı ve nispeten iyi tanımlanmış perspektifleri temsil etmektedir (Rosso vd., 2010: 95).

Steger vd., (2012: 324-325) işin anlamını üç farklı boyut altında kavramsallaştırmaktadır. Bu boyutlardan biri “işin pozitif anlamlılığıdır.” Bu boyut, öznel deneyimlere dayanan kısaca kişinin işini değerli ve anlamlı kılmasını sağlayan bir deneyimdir. Diğer, “işin oluşturduğu anlamdır.” Bu boyut, insanların kendilerini ve çevrelerindeki dünyayı daha iyi anlamalarına yardımcı olarak kişisel gelişimlerini kolaylaştırabileceğini, insanların çalışmalarının daha geniş yaşam bağlamını yakalamaya yardımcı olacaklarını öne sürmektedirler. Son olarak, “yüksek motivasyon” boyutudur. Bu boyut ise, başkaları üzerinde daha geniş bir etkiye sahipse çalışmanın daha anlamlı hale geleceğine ilişkin fikirleri yansıtmaktadır. İşin anlamına etki eden unsurlar arasında; bireylerin eğitim seviyeleri, kültürel farklılıkları, iş deneyimleri, aile yapıları, sosyal yapılar, bireylerin çalıştığı örgütlerin nitelikleri gibi pek çok unsur yer almaktadır (Wrzesniewski vd., 2013: 89).

Bir iş çalışan için anlamlı olduğu sürece, çalışanın hem içsel motivasyonu hem de işe olan tutkunluğunda artış olduğu öne sürülmektedir. Bireylerin merak, ilgi, istek ve beklentileri mevcut işleri ile uyumluluk gösteriyorsa içsel motivasyon düzeyi yükselmektedir. Çalışanlar işlerini anlamlı bulup tutkuyla yaptıkları zaman daha yüksek performans sergileyeceklerdir (Vallerand, 2012: 49; Evcimen vd., 2020: 673). Bireylerin işlerini anlamlandırabilme şekilleri farklılık göstermektedir. Şöyle ki, bireyin dışsal motivasyonunun artmasını sağlayan somut ödüller bazı bireyler için değerli gözükmez iken, bazı bireyler için bu durum motive edici bir unsur olarak görülebilmektedir (Uzunbacak vd., 2019: 295). İşin anlamının motivasyon, iş tatmini, işe adanmışlık, performans, stres, örgütsel güçlendirme, kariyer gelişimi ve kendini gerçekleştirme gibi bazı çalışmaların çıktılarını üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bu bağlamda işin anlamının pek çok değişken ile ilişkilendirilebilir (Rosso vd, 2010: 92). Hackman ve Oldman (1976: 256) işlerini benimseme düzeyleri yüksek olan çalışanların daha fazla emek verme isteği duyacakları için işlerini de anlamlı kabul edeceklerini öne sürmüşlerdir.

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İşin Anlamı Arasındaki İlişki

KSS ile çalışanların olumlu tutumları ve işin anlamı arasındaki ilişkinin rasyonel açıklaması sosyal kimlik teorisi ile ifade edilebilir (Afsar vd., 2020: 3). Sosyal kimlik teorisinin temelleri 1970’li yıllarda atılmıştır. Zaman içerisinde ya revize edilmiş ya da bazı varsayımlardan vazgeçilmiştir. Henry Tajfel’in 1959-1974 dönemi çalışmalarında geliştirdiği algısal ayırt ediciliğin etkisiyle, önyargıların bilişsel temeli, minimal kategorizasyonların etkisi, sosyal karşılaştırma süreci ve gruplararası ilişkiler kavramsallaştırmalarına odaklanmıştır (Tak Meydan, 2019: 45). Bu teori çoğu yaklaşım gibi örgütsel ya da biçimselliği ele alan bir kavram değil; biz olmayı, birlikteliği, ait hissetmeyi esas alan bir kavram olarak ele alınmakta ve hem algısal hem de bilişsel temeller üzerinde duran bir sosyal psikoloji kuramıdır (Demirtaş, 2003: 123). Sonuç olarak sosyal kimlik teorisi, “bireyin gruplararası bağlama ilişkin inanışının pozitif sosyal kimliğin inşasında nasıl etkili olduğu” sorusuna odaklanmaktadır (Tak Meydan, 2019: 47).

Literatür incelendiğinde çok fazla olmamakla birlikte KSS ve işin anlamı arasında ilişkiyi ele alan bazı çalışmalar mevcuttur. Fakat KSS boyutları (ticari, etik, sosyal) ile işin anlamı kavramları arasındaki ilişkiyi ele alan araştırmaya rastlanılmamıştır. Literatür, KSS’nin işin anlamı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu, bu durumun örgütler için istenen bir tutum ve davranış olduğunu ileri sürmektedir (Weerasekara ve Ajward, 2020: 5). KSS ve işin anlamı arasındaki ilişkiye yönelik yapılan bazı araştırmalar incelendiğinde; Supanti ve Butcher (2019) otel çalışanları üzerinde KSS ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkide işin anlamının dolaylı yoldan bir etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Raub ve Blunschi, (2014) otel çalışanları üzerinde yapmış olduğu araştırma sonucuna göre, KSS ve işin anlamı arasında anlamlı düzeyde bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir. Akdoğan vd., (2016) KSS ve etik liderlik arasındaki ilişkide işin anlamının aracı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Glavas ve Kelley (2014) KSS, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide işin

anlamının kısmen aracılık ettiğini bulmuştur. Weerasekara ve Ajward (2020) KSS algıları ile çalışan bağlılığı arasındaki ilişkide işin anlamının aracılık rolü üstlendiği sonucuna ulaşmışlardır. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotezler önerilmektedir:

H1: Ticari sorumluluk işin anlamını anlamlı olarak etkilemektedir.

H2: Etik sorumluluk işin anlamını anlamlı olarak etkilemektedir.

H3: Sosyal sorumluluk işin anlamını anlamlı olarak etkilemektedir.

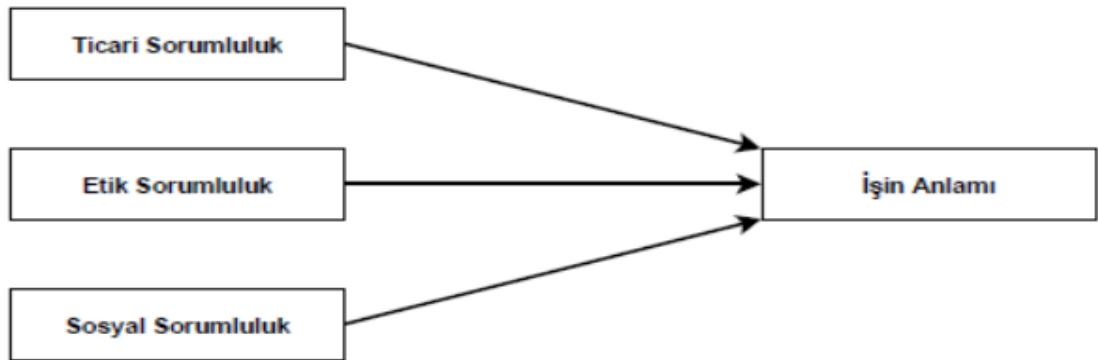
3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu başlık altında; çalışmanın amacı ve modeli, araştırmanın örnekleme, veri toplama araçları, ölçüm araçları, veri analizi, veri toplama araçlarının geçerlilik ve güvenilirlikleri, tanımlayıcı istatistikler ve değişkenler arasındaki ilişkiler hakkında bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Bu çalışmanın amacı, KSS kavramını oluşturan “ticari sorumluluk”, “etik sorumluluk” ve “sosyal sorumluluk” boyutlarının işin anlamı üzerine olan etkisini Burdur, Isparta ve Antalya’da faaliyet gösteren özel banka çalışanlarından elde edilen veriler üzerinden incelemektir. Bu bağlamda araştırmanın amacına uygun olarak oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’deki gibidir.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



3.2. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örneklemini, Burdur, Isparta ve Antalya’da faaliyet gösteren özel banka çalışanları oluşturmaktadır. Örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin 159’u kadın (%54,1), 135’i erkek (%45,9) olup, 51’inin (17,3) aylık gelir durumu 3500 TL ve altı, 57’sinin (19,4) 3501-4000 TL, 70’inin (23,8) 4001-4500 TL, 63’ünün (21,4) 45001-5000 TL ve 53’ünün (18,0) 5001 TL ve üzerindedir. Yaş bazında dağılım incelendiğinde, 47’si (16,0) 25-30, 98’i (33,3) 31-35, 88’i (29,9) 36-40 yaş ve 61’ininin (20,7) 41-45 yaş aralığında olduğu tespit edilmiş olup, 53’ünün (18,0) eğitim durumu lise, 87’sinin (29,6) önlisans, 91’ininin (31,0) lisans ve 63’ünün (21,4) lisansüstü olduğu saptanmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

Araştırmada veriler anket çalışmasıyla toplanmıştır. Anket uygulaması yüz yüze katılımcılara uygulanmıştır. Çalışmada toplam on beş maddeden oluşan iki farklı ölçek (KSS ve işin anlamı) kullanılmıştır. Bunun yanında demografik değişkenlerin tespitine yönelik dört soru (cinsiyet, yaş, aylık gelir ve eğitim durumu) katılımcılara yöneltilmiştir.

Analizlere başlamadan önce eksik ya da hatalı girilen verilerin varlığına ilişkin tespitlerde bulunulmuştur. Hipotez testlerine ilişkin istatistiksel analizlere geçmeden önce analiz edilecek verilerin gözden geçirilerek olası aykırı gözlem değerlerinin (uç veriler) ve kayıp verilerin (missing value) kontrol edilmesi gerekmektedir (Gürbüz, 2019: 37). Eksik verilerin varlığına ilişkin tespitlerde bulunulmuştur. Araştırmada eksiksiz ve hatasız olduğu tespit edilen 294 sağlıklı veri üzerinden analizler

gerçekleştirilmiştir. Veri toplama işlemleri 2020 yılında yapılmıştır. Araştırmada ölçeklerin geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır.

DFA, faktöriyel yapısı önceden bilinen ölçüm modellerinin ya da faktör yapılarının veri tarafından doğrulanıp doğrulanmadığı test etmek amacıyla kullanılmaktadır (Gürbüz, 2019: 50-51). DFA sonucunda literatürde kabul görmüş olan uyum iyiliği değerleri şu şekildedir: (χ^2/df), 5'in altında, RMSEA değerinin ise, 0,08'in altında olması CFI, GFI ve NFI değerlerinin 0,90'ın üstünde olması kabul edilebilir uyumdur (Schermelleh-Engel vd., 2003: 52; Hair, 2010: 646-654; Kline, 2011: 199-209; Gürbüz ve Şahin, 2016).

Araştırmada kullanılan KSS ölçeği Singh ve Del Bosque (2008) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 11 maddeden oluşmaktadır. Ticari sorumluluk (3 madde), etik sorumluluk (4 madde) ve sosyal sorumluluk (4 madde) olmak üzere 3 boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte ters soru bulunmamaktadır. Analiz (DFA) sonucunda, ölçekte etik sorumluluk ve sosyal sorumluluk boyutlarından 1'er madde değerlendirme dışı bırakılmıştır. Elde edilen uyum endeksleri $\chi^2/sd=2,85$, RMSEA=.079, CFI=.97, GFI=.95 ve NFI=.95 şeklindedir.

İşin anlamı ölçeği, Steger vd., (2012) tarafından geliştirilen "Work and Meaning Inventory" (WAMI) ölçeğinin 4 maddeden oluşan pozitif anlam boyutu alınmıştır. Ölçekte ters soru bulunmamaktadır. Ölçeğin Türkçeye uyarlaması Akın vd., (2013) tarafından yapılmıştır. DFA neticesinde elde edilen uyum endeksleri $\chi^2/sd=2,79$, RMSEA=.078, CFI=.99, GFI=.99 ve NFI=.99 şeklindedir. Bu bağlamda ölçeklerin uyum iyiliği değerlerinin literatürde kabul görmüş olan sınırlar içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada, 5'li Likert tipli ölçek kullanılarak katılımcıların görüşleri alınmıştır.

Çalışmada betimleyici istatistikler, normallik ve güvenilirlik değerleri, değişkenler arasındaki ilişkiler ve ölçeklerin geçerliliklerini incelemek için AMOS 21.0 ve SPSS 22.0 programından faydalanılmıştır. Araştırma çerçevesinde katılımcıların demografik özelliklerini incelenmesi için frekans dağılımı analizinden, değişkenler arası ilişkilerin tespit etmek amacıyla Pearson korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesinde ise, hiyerarşik regresyon analizi kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölümde KSS ölçeğinin boyutları ve işin anlamı ölçeğine yönelik güvenilirlik, betimleyici istatistikler ve çalışmanın amacına uygun olarak geliştirilen hipotezler test edilecektir.

4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenlerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri incelenmiştir. Bu çerçevede ölçeklerin çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmıştır. Buna göre ölçeklerin çarpıklık katsayıları 2,271 ile .793, basıklık katsayıları ise -.1,478 ile .981 değerleri arasında değiştiği görülmektedir. Sposito vd., (1983) verilerin normal dağılım gösterdiğinin kabulü için çarpıklık ve basıklık katsayıların ± 3 aralığında olması gerektiği ileri sürmektedir. Sonuçlar doğrultusunda verilerin normal dağılım gösterdiği yorumu yapılabilir. Verilerin normal dağılım göstermesi durumunda parametrik testlerden faydalanılmaktadır (Durmuş vd., 2013: 65). Bu durumda analizlerde parametrik testler tercih edilmiştir.

Ölçeklere ilişkin ortalama, standart sapma, değişkenler arasındaki ilişkiler ve güvenilirlik değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Değişkenler Arası İlişkiler

Değişkenler	\bar{X}	SS	İşin Anlamı	Ticari Sorumluluk	Etik Sorumluluk	Sosyal Sorumluluk
İşin Anlamı	3.74	.80	(.84)			
Ticari Sorumluluk	2.12	.66	-.635**	(.74)		
Etik Sorumluluk	3,91	.64	.751**	-.659**	(.68)	

Sosyal Sorumluluk	3,81	.86	.803**	-.731**	.764**	(.85)
--------------------------	------	-----	--------	---------	--------	-------

** $p < .01$; \bar{X} : Aritmetik ortalama, SS: Standart sapma. Parantez içindeki değerler güvenilirlik katsayılarıdır.

Tablo 1’de ölçeklerin genel ortalamalarına bakıldığında, işin anlamı (3.74±.80) puan ortalamasının ortalama düzeyin üstünde olduğu tespit edilmiştir. Ticari sorumluluk (2.12±.66) ölçeği ortalamanın altında sayılabilecek seviyededir. Etik sorumluluk puan ortalamasının (3.91±.64) ve sosyal sorumluluk puanının ortalamasının (3.81±.86) ortalama düzeyin üzerinde olduğu görülmektedir (Tablo 1). Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılmış olan korelasyon analizi sonuçlarına göre, KSS boyutlarından ticari sorumluluk ($r = -.635$, $p < .01$), ile işin anlamı arasında negatif; etik sorumluluk ($r = .751$, $p < .01$) ve sosyal sorumluluk ($r = .803$, $p < .01$) boyutları ile işin anlamı arasında pozitif yönde anlamlı ve yüksek seviyede bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Soru formunda yer alan ifadelerin güvenilirliklerine bakılmıştır. Araştırmacıların bir kısmı Cronbach Alfa katsayısı değerinin .40’ın üzerinde olmasını yeterli görürken (Kalaycı, 2016: 405) bazı araştırmacılar ise, .70’dan büyük olması gerektiğini savunmaktadır (Büyüköztürk, 2018: 183). Ankette yer alan işin anlamı ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı .84, KSS boyutları (Ticari sorumluluk .74, etik sorumluluk .68, sosyal sorumluluk .85) olarak tespit edilmiştir. Araştırmada ölçeklerin Cronbach Alpha katsayılarının belirtilmiş olan değerlerin üstünde çıktığı için ölçeklerin güvenilir olduğu yorumunu yapmak mümkündür.

4.2. Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın amacına uygun olarak oluşturulan hipotezlerin analizleri gerçekleştirilecektir.

4.3. Hipotez Testleri

Hipotezlerin testi için hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Hiyerarşik regresyon analizi yapılmadan önce bazı varsayımların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. İlk olarak bağımsız değişkenlerin arasında otokorelasyonun bulunmaması gerekmektedir. Otokorelasyonun olup olmadığını tespit etmek için, Durbin-Watson (D-W) istatistiği kullanılmaktadır. D-W’nin 1,5-2,5 arası değerler alması gerekmektedir (Kalaycı, 2014: 259-269). Araştırmada D-W katsayılarının 1,059 olarak bulunmuştur. Varsayımlardan bir diğeri olan Tolerans ve VIF (varyans artış faktörü) değerleri incelenmiştir. Tolerans değerinin .20’den büyük, VIF değerinin ise 10’dan küçük olması kabul edilebilir değerdir (Field, 2009: 93). Çalışmada tolerans değerinin .319 ile .977; VIF değerinin ise, 1,024 ile 3,130 değer aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre hiyerarşik regresyon analizine yönelik varsayımların gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek ve bağımsız değişkenin (ticari sorumluluk, etik sorumluluk ve sosyal sorumluluk) bağımlı değişken (işin anlamı) üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizinden faydalanılmıştır. Hiyerarşik regresyon analizinde, cinsiyet değişkeni kategorik bir değişken olduğu için kukla değişkene dönüştürülmüştür. Bu doğrultuda kadın 0, erkek 1 olarak tekrar kodlanmıştır. Hiyerarşik regresyon analizinin birinci adımda, demografik değişkenler blok halinde modele dahil edilerek bağımlı değişkendeki varyansa olan katkısı test edilmiştir. İkinci adımda, bağımsız değişken olan KSS boyutlarından; ticari sorumluluk, etik sorumluluk ve sosyal sorumluluk alt boyutları modele dahil edilerek işin anlamı varyansındaki değişim incelenmiştir. Hiyerarşik regresyon analizine yönelik sonuçlar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Hiyerarşik Regresyon Analizi

Değişkenler		B	SH	β	P	LLCI	ULCI
1	Sabit	3.68	.18				R=.139
	Cinsiyet	.08	.09	.05	.365	-.094	.271 R ² =.019;
	Aylık Gelir	-.06	.04	-.11	.085	-.141	.013 $\Delta R^2 = .009$
	Yaş	.08	.05	.10	.101	-.016	.189 F _(3,290) =1,1878
2	Sabit	.570	.341			3,68	3,87 R=.834,
	Ticari Sorumluluk	-.04	.06	-.04	.482	-.225	.135 R ² =.695;
	Etik Sorumluluk	.39	.07	.31	.000***	.224	.555 $\Delta R^2 = .689$

Sosyal Sorumluluk	.50	.05	.54	.000***	.379	.614	$F_{(3,287)}=109,057$ D-W= .1,059
-------------------	-----	-----	-----	---------	------	------	--------------------------------------

$p<0,001$ ***, Bağımlı Değişken: İşin Anlamı

Tablo 2’den de anlaşılacağı üzere hiyerarşik regresyon analizinin ilk basamağında; cinsiyet, yaş ve aylık gelir değişkenleri ele alınmıştır. Bu değişkenler standardize edilmiş regresyon katsayıları (β) ve katsayıların anlamlılık (t), (p) ve (95% CI) değerlerine göre incelenmiştir. Bu üç değişken birlikte işin anlamı değişkenine ilişkin açıklanan varyansın %019’unu açıklamaktadır. Bu doğrultuda araştırma sonucunda kontrol altına alınan; cinsiyet ($\beta = .053$; $t = .908$; $p>.05$; 95% CI= [-.09, .27]), aylık gelir ($\beta = -.109$; $t = -.1,729$; $p>.05$; 95% CI= [-.14, .01]), yaş ($\beta = .104$; $t = 1,644$; $p>.05$; 95% CI= [.02, .19]), işin anlamı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı saptanmıştır ($F_{(3,290)}= 1,878$; $p>.05$).

Demografik değişkenlerin kontrol altına alındığı hiyerarşik regresyon analizinin ikinci basamağında ise, ticari sorumluluk, etik sorumluluk ve sosyal sorumluluk değişkenleri ele alınmıştır. Ticari sorumluluğun ($\beta = -.042$; $t = -.704$; $p>.05$; 95% CI= [-.22, .13]) işin anlamı üzerinde negatif yönde ve anlamsız etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakat etik sorumluluk ($\beta = .392$; $t = 5,981$; $p<.001$; 95% CI= [.22, .55]) ve sosyal sorumluluğun ($\beta = .503$; $t = 9,438$; $p<.001$; 95% CI= [.38, .61]) işin anlamı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etki olduğu görülmüştür. İkinci basamaktaki ticari sorumluluk, etik sorumluluk ve sosyal sorumluluğun regresyona dâhil edilmesi, işin anlamında %70’lik kısmını açıklamış ve R²’deki etik sorumluluk ve sosyal sorumluluk değişkenlerinde değişimin anlamlı olduğu saptanmıştır ($F_{(3,287)}= 212,135$, $p<.001$). Bu bağlamda, H₁ hipotezi desteklenmemiş, H₂ ve H₃ hipotezleri desteklenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİ

Geçmişten bugüne işletmelerin temel amacı, varlıklarını sürdürebilmek için kar elde etmek olmuştur. Pek çok işletme rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için karlarını arttırmaya çalışmışlardır. Fakat günümüz koşulları incelendiğinde toplumsal hizmet amacını göz ardı eden, temel amacı sadece kar elde etmek olan işletmelerin başarılı olmasının oldukça güç olduğu gözlenmektedir. Emek yoğun bir sektör olan bankaların da bu bağlamda, toplum içinde meydana gelen değişim ve gelişimleri yakından takip etmeleri, yaşanan değişimlere uyum sağlamaları ve faaliyetlerini gerçekleştirirken KSS bilincinde olmaları uzun vadedeki sürdürülebilirlikleri için önem arz etmektedir.

KSS finansal sonuçların ötesinde organizasyon dışındaki birçok paydaş kategorisine odaklanmaktadır. KSS iş kavramını birey içi, organizasyon içi ve fayda bakış açısının ötesine geçecek şekilde genişletmekte ve bireylerin işlerini anlamlı bulmaya çalışması için ideal bir ortam sunar (Mishra ve Pradhan, 2020). KSS uygulamaları, çalışanların algılarını ve tutumlarını etkileyip etkilemediğini doğrulamak için değerli bilgiler sağlamaktadır. Yöneticiler işin anlamlılık düzeyini ve içsel motivasyonu dikkatlice gözlemleyerek, KSS’nin çalışanlar üzerindeki olumlu etkilerinin olup olmadığını belirleyebilir. Başka bir deyişle, çalışanlar hem işlerinin anlamını hem de motivasyon düzeylerinin etkisini KSS uygulaması ile algılamaktadırlar (Kim vd., 2018: 112). KSS eylemlerinin, çalışanların farkındalığını arttırdığı, işlerini anlamlı bulma duygularını derinleştirdiğini ve bu durumların sonucunda çalışanın örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemesine yol açtığı söylenebilir (Supanti ve Butcher, 2019). KSS, yalnızca çalışanların iş yerinde anlamlılık deneyimleme derecesini değil, aynı zamanda çalışanların işlerinden çıkardığı belirli pozitif anlam türlerini de şekillendirir (Opoku-Dakwa vd., 2018).

Araştırma sonucunda; KSS kavramını oluşturan etik sorumluluk ve sosyal sorumluluğun işin anlamı üzerinde bir etkiye sahip olduğu; fakat ticari sorumluluğun işin anlamı üzerinde bir etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, KSS bilincinde olan işletmelerdeki çalışanlar işlerini daha anlamlı bulacaklardır. İşlerini anlamlı bulan çalışanlar için değerli olan maddi kazanç elde etmek değil, işlerine odaklanmak ve işlerini yaparken de memnuniyet duymaktır. Bu araştırma sonuçları değerlendirildiğinde, söz konusu örnekleme dahil edilen özel banka çalışanlarının işlerini anlamlı bulmasının altında yatan temel unsurun kurumun ticari sorumluluklarını yerine getiriyor olması değil; etik ve sosyal sorumluluklarını yerine getirdikleri zaman çalışanların işlerini daha anlamlı bulduğu yorumu yapılabilir.

Banka çalışanları yapmış oldukları işin gereklerinden dolayı streslidirler. Bu bağlamda çalışanlara yapmış oldukları işlerin değerli ve dikkat gerektiren bir iş olduğunu düşünmeleri sağlanmalıdır. İşletmelerin KSS bilincini arttırabilmek için personellerine işletme içi ya da dışı çeşitli eğitim faaliyetlerine katılmalarını sağlamak faydalı olabilir. İşletmelerin personellerini hem kendilerine hem de örgüte fayda sağlayacak biçimde teşvik etmeleri önemlidir. Ayrıca işletmelerin imajlarını arttırabilmesi için KSS faaliyetlerine katılarak bu alanda çeşitli çalışmalar yapması önemli olabilir. KSS uygulamalarının çalışan tarafından algılanmasını güçlendirmek için, personel seçimlerinde bilgi ölçümlerinin yanı sıra çalışanın işe verdikleri öneme ve ilgilerine de dikkat edilebilir. Bu bağlamda kurumlarda çalışan değerlendirme ve terfi süreçlerinde adayların yapacak oldukları işlerini anlamlı bulup bulmadıklarına yönelik görüşleri de dikkate alınmalıdır. İşe alımlarda deneyimli çalışanlar tercih etmeleri ve kişi-iş uyumuna özen göstermeleri önerilebilir. İşletmelerinin KSS sergilediğini düşünen çalışanlar işlerini daha anlamlı bir şekilde yapacaklar ve daha yüksek performans göstereceklerdir. Başka bir ifadeyle işlerini anlamlı buldukları için kendi iş tanımlarının dışındaki işleri de gönüllü bir şekilde yapma eğilimi gösterecektir. Çalışanın işini önemli olarak görmesiyle işine anlam yüklemesi işe olan sadakatini güçlendirecektir. Böylece çalışanın işine anlam yükleyerek çalışması stres düzeyini azaltacak, işe adanmışlığını arttıracak, işlerini bir yük olarak görmekten ziyade anlamlı olarak göreceği öngörülmektedir.

Bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle bu çalışmanın sadece özel banka çalışanları üzerinde yapılması, diğer sektörlere yer verilmemiş olması önemli bir kısıttır. Seçilen örneklem sayısının yeterli görüldüğü düşünülse de çalışma genelleme yapılacak büyüklükte değildir. Araştırmanın boylamsal değil, kesitsel olması bir diğer kısıttır. Gelecekte yapılacak olan çalışmalara bazı öneriler sunmak gerekirse; literatürde boyut bazında çalışmaların yetersiz olması araştırma sonuçlarının genelleştirilebilmesini zorlaştırmaktadır. Bu alanda çalışma yapıp literatürdeki boşluğun doldurulması gerektiği düşünülmektedir. Sadece spesifik bir sektör üzerinde değil de, sektörel bazda farklı değişkenler kullanılarak (iş becerikliliği, içsel motivasyon, iş performans vb.) karşılaştırılmalı çalışmalara gidilmelidir. Araştırmanın raporlama süreci sadece nicel verilerden elde edilen sonuçlar ışığında yorumlanmıştır. İleride yapılacak olan araştırmalarda çeşitli metodolojik yöntemler (nitel ya da karma) kullanılarak daha derinlemesine araştırmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Afsar, B. Al-Ghazali, B. and Umrani, W. (2020). Corporate social responsibility, work meaningfulness, and employee engagement: the joint moderating effects of incremental moral belief and moral identity centrality. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1-15.
- Aguinis, H. and Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: a review and research agenda, *Journal of Management*, 38, 932-968.
- Akdoğan, A. A., Arslan, A., ve Demirtaş, Ö. (2016). A strategic influence of corporate social responsibility on meaningful work and organizational identification, Via Perceptions of Ethical Leadership. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 259-268.
- Akın, A., Hamedoğlu, M. A., Kaya, Ç. ve Sarıçam, H. (2013). Turkish version of the work and meaning inventory (Wami): Validity and reliability study. *Journal of European Education*, 3(2), 11-16.
- Alparslan, A. ve Mehmet A. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1): 435-448.
- Bauman, C. W. and Skitka, L. J. (2012). Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. *Research in Organizational Behavior*, 32, 63-86.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları Ve Yorum*, Ankara: Pegem Yayınları.
- Carroll, B. A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility, *Business Horizons*, 28(3), 40-52.
- Cartwright, S. and Holmes, N. (2006). The meaning of work: the challenge of regaining employee engagement and reducing cynicism. *Human Resource Management Review*, 16, 199-208.
- Clark, A. (2017). *Person-Centric Corporate Social Responsibility: A Moderated-Mediation Test of Personality and Work Meaningfulness* (Unpublished master's thesis). University of Calgary.

- Çelik, A. (2007). *Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları*. (Coşkun Can Aktan, (Eds.). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk İşletmeler Ve Sosyal Sorumluluk* (Ss. 61-84). İstanbul: İgiad Yayını.
- Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal kimlik kuramı temel kavram ve varsayımlar. *İletişim Araştırmaları*, 1(1), 123-144.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S. E. ve Çinko, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Evcimen, C., Çakıcı, A. ve Çakıcı, C. (2020). İşin Anlamlılığının Sapma Davranışı ve Performansa Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(2), 672-683.
- Fındıklı, M. A., Keleş, H. N. ve Afacan, C. (2017) İşin anlamı kavramı ve tercüme bir ölçeğin Türkçe'de geçerlik ve güvenilirlik analizi, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(16), 395-413.
- Fidan, Z. ve Acar Şentürk, Z. (2017). Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) çalışmalarında işbirliği: Akbank, Garanti bankası ve Türkiye iş bankası üzerine bir değerlendirme. *Selçuk İletişim*, 9(4), 40-65.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*, London: Sage Publications.
- Frankl, V. E. (2013). *İnsanın Anlam Arayışı*. (Çev. Budak, S.). İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- Gujarati, D. (2006). *Temel Ekonometri*. (Çev. Ü. Şenesen Ve G. G. Şenesen). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Glavas, A. and Kelley, K. (2014). The effects of perceived corporate social responsibility on employee attitudes. *Business Ethics Quarterly*, 2, 165-202.
- Gürbüz, S. (2019). *Amos Yapısal Eşitli Modellemesi*, Ankara: Seçkin Yayınları.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe, Yöntem, Analiz*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hackman, J. R. and Oldman, G. R. (1976). Motivation through the design of work: test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16, 250-279
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education.
- Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın.
- Karataş, A. (2019). Kamu çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk algısının demografik faktörler açısından değerlendirilmesi, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(21), 1169-1184
- Karatepe, S. ve Ozan, M. S. (2017). Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal itibarilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 8(2), 80-101.
- Karaismailoğlu, İ. (2006). *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları*, yüksek lisans tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kim, H., Im, J., ve Qu, H. (2018). Exploring antecedents and consequences of job crafting. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 18-26.
- Kline, R. B. (2011). *Principles And Practice Of Structural Equation Modeling*, New York: The Guilford Press.
- Marom, S. (2017). Social responsibility and crowdfunding businesses: a measurement development study, *Social Responsibility Journal*, 13(2), 235-249.
- May, D. R., Gilson, R. L. and Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 11-37.
- Mishra, S. and Pradhan, B. B. (2020). The review on corporate social responsibility, sense making and the search for meaningfulness through work. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(6), 5418-5426.
- Neck, C. P. and Milliman, J. F. (1994). Thought Self Leadership Finding Spiritual Fulfilment in Organizational Life. *Journal of Managerial Psychology*, 9(6), 916.
- Opoku-Dakwa, A., Chen, C. and Rupp, D. E. (2018). Corporate social responsibility and experienced meaningfulness at work: A multi-level theory. *Journal of Organizational Behavior*, 39, 580-593.
- Özdemir, G. Ç. ve Okur, M. E. (2020). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yetenekli çalışanları çekmeye ve elde tutmaya etkisi: algılanan dışsal prestijin aracı rolü. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(4), 670-687.
- Parıltı, N., İlknur, C. A. N. ve Bardakçı, S. (2018). Bankalardaki kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin marka değeri algısına etkisi: Bir alan araştırması. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 193-222.
- Raub, S. and Blunschi, S. (2014). The power of meaningful work: how awareness of CSR initiatives fosters task significance and positive work outcomes in service employees. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 10-18.
- Rosso, B. D., Dekas, K. H. and Wrzesniewski, A. (2010). On the meaning of work: a theoretical integration and review. *Research in Organizational Behavior*, 30, 91-127.

- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. and Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures, *Methods Of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schwartz, Mark S. and Carroll, Archie B. (2003). Corporate social responsibility: a three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503-530.
- Singh, J. and Del Bosque, I. R. (2008). Understanding corporate social responsibility and product perceptions in consumer markets: a cross-cultural evaluation. *Journal of Business Ethics*, 80(3), 597-611.
- Singh, J., Sanchez, M. S. and Bosque, I. R. (2008). Understanding corporate social responsibility and product perceptions in consumer markets: a cross-cultural evaluation. *Journal of Business Ethics*, 80(3), 597-611.
- Sposito, V. A., Hand, M. L., and Skarpness, B. (1983). On the efficiency of using the sample kurtosis in selecting optimal lpestimators. *Communications in Statistics-Simulation and Computation*, 12(3), 265-272.
- Steger, M. F., Dik, B. J. and Duffy, R. D. (2012). Measuring meaningful work: the work and meaning inventory (WAMI). *Journal of Career Assessment*, 20(3), 322-337.
- Supanti, D. ve Butcher, K. (2019), Is corporate social responsibility (CSR) participation the pathway to foster meaningful work and helping behavior for millennials? *International Journal of Hospitality Management*, 77, 8-18.
- Tak Meydan, B. (2019). Örgütsel Davranış Kuramları, Senay Yürür (Ed.) *Sosyal Kimlik Kuramı* (s. 45-108), Beta Yayınevi, İstanbul.
- Uzunbacak, H. Akçakanat, T. ve Erhan, T. (2019). Meslek aşkı ve mutluluk ilişkisi: işin anlamının rolü. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(19), 294-317.
- Valor, C. (2005). Corporate social responsibility and corporate citizenship: towards corporate accountability. *Business and Society Review*, 110(2), 191-212.
- Weber M. (2008). The Business Case For Corporate Social Responsibility: A CompanyLevel Measurement Approach for CSR, *European Management Journal*, 26, 247-261.
- Weerasekara, N. and Ajward, R. (2020). The impact of corporate social responsibility on employee commitment: mediating role of meaningful work and positive affect, *KJM*, 09(01), 47-66.
- Windsor, D. (2001). The future of corporate social responsibility. *The International Journal of Organizational Analysis*, 9(3), 225-256.
- Wrzesniewski, A., Lobuglio, N., Dutton, J. E. and Berg, J. M. (2013). Job crafting and cultivating positive meaning and identity in work. *Advances in Positive Organizational Psychology*, 1, 281-302.