

**YAZAR ADI SOYADI: N. TUĞÇE SARAÇOĞLU**

**İŞLETMELERDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK  
UYGULAMALARININ MÜŞTERİ GÜVENİ, MÜŞTERİ BAĞLILIĞI VE  
FİRMA İMAJI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: OTEL İŞLETMELERİNDE BİR  
UYGULAMA**

**ÖZET**

Bu araştırmada amaç Kuşadası Bölgesi'nde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde, kurumsal sosyal sorumluluğun müşteri güvenini, müşteri bağlılığını ve firma imajını artırıp artırmadığı ilişkisini ölçmektir. Araştırmada Kuşadası Bölgesi'nde faaliyet gösteren 6 adet 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde 271 müşteri üzerinde yüz yüze anket tekniği kullanılarak bulgulara ulaşılmıştır. Araştırma bulguları yüzde-frekans, faktör analizi, kurumsal sosyal sorumluluk ile müşteri bağlılığı, müşteri güveni ve firma imajı arasında korelasyon ve regresyon analizlerine tabi tutulmuştur. Müşterilerin algılanan sosyal sorumluluğuna ilişkin faktör analizi sonucunda üç faktör grubu ortaya çıkmıştır. Bunlar; müşteri bağlılığı, müşteri güveni ve firma imajı olarak sıralanmaktadır.

Otel işletmelerinin müşteri güveni, müşteri bağlılığı ve firma imajını artırıp artırmadığı ilişkisini ölçmek için kullanılan korelasyon analizi sonucunda anlamlı bir ilişki çıkmıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulanması durumunda müşteri bağlılığı, müşteri güveni ve firma imajının arttığı gözlenmektedir.

**ANAHTAR SÖZCÜKLER**

Kurumsal sosyal sorumluluk, müşteri bağlılığı, müşteri güveni, firma imajı