

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TÜRKİYE'DE VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN KURUMSAL SOSYAL
SORUMLULUK ANLAYIŞLARININ KARŞILAŞTIRMALI İNCELEMESİ:
KOÇ ÜNİVERSİTESİ VE İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Leyla CESARET ERGÜL

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Adem AYTEN

Haziran, 2019

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TÜRKİYE'DE VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN KURUMSAL SOSYAL
SORUMLULUK ANLAYIŞLARININ KARŞILAŞTIRMALI İNCELEMESİ:
KOÇ ÜNİVERSİTESİ VE İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Leyla CESARET ERGÜL
(Y1112.140016)

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Adem AYTEN

Haziran, 2019

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ



YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Enstitümüz Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler ve Tanıtım Tezli Yüksek Lisans Programı Y1112.140016 numaralı öğrencisi Leyla CESARET ERGÜL'ün "Türkiye'de Vakıf Üniversitelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışlarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi, İstanbul Aydın Üniversitesi ve KOÇ Üniversitesi Örneği" adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 27.06.2019 tarih ve 2019/15 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile Tezli Yüksek Lisans tezi 12.07.2019 tarihinde kabul edilmiştir.

<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
ASIL ÜYELER			
Danışman	Dr. Öğr. Üyesi Adem AYTEN	İstanbul Aydın Üniversitesi	
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi M.Cebrail SADAKAOĞLU	İstanbul Aydın Üniversitesi	
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül AKAYDIN AYDIN	Nişantaşı Üniversitesi	
YEDEK ÜYELER			
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi Umur BEDİR	İstanbul Aydın Üniversitesi	
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi Sarp BAĞCAN	İstanbul Gelişim Üniversitesi	

ONAY

Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Türkiye’de Vakıf Üniversitelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışlarının Karşılaştırmalı İncelemesi: Koç Üniversitesi Ve İstanbul Aydın Üniversitesi Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazdığımı ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım. (.../.../2019)

Leyla CESARET ERGÜL

ÖNSÖZ

Birlikte tez çalışmasına başladığımız günden itibaren gerek akademik birikimi ile gerek güler yüzü ve desteği ile yol göstericim olan saygıdeğer tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Adem AYTEN,

En zor zamanlarımda, artık yapamayacağım dediğim anlarda elini sırtımda hissettiğim, her anımda hep benimle olan destekçim, güven kaynağım sevgili eşim Hasan Özkan ERGÜL,

Bana inandıkları ve güvendikleri için, yolumu aydınlatan canım babam ve annem, ruh eşlerim canım kardeşlerim Zehra ve Hülya, ağabeyim Metin,

Yurt dışında olmasına rağmen desteğini hep hissettiğim ilk göz ağrım oğlum, büyümeyenim Sercan'ım ve küçümenim Serkan'ım,

İşe başladığım ilk günden itibaren birlikte dirsek çürüttüğümüz arkadaşım, dostum Tuba YILMAZ,

İyi ki yanımdasınız...

Sonsuz teşekkürler...

Haziran, 2019

Leyla CESARET ERGÜL

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMALAR	vii
ÇİZELGE LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
ÖZET.....	x
ABSTRACT	xi
1. GİRİŞ	1
2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK	4
2.1 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı.....	4
2.2 Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlişkili ve Benzer Kavramlar	6
2.3 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi.....	9
2.3.1 İlkçağ ve orta çağ dönemi	11
2.3.2 Merkantilist dönem	12
2.3.3 Sanayi devrimi sonrası dönem	13
2.3.4 Türkiye’de sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkışı ve gelişimi	14
2.4 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önemi	17
2.5 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Yararları	19
2.6 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kapsadığı Alanlar	22
2.6.1 Ekonomik sorumluluk.....	24
2.6.2 Yasal sorumluluk	25
2.6.3 Ahlaki sorumluluk	25
2.6.4 Gönüllü sorumluluk	25
2.7 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Etki Alanları	26
2.7.1 Tüketicilere karşı sosyal sorumluluk	27
2.7.2 Çevreye karşı sosyal sorumluluk	28
2.7.3 Yatırımcılara karşı sosyal sorumluluk	29
2.7.4 Topluma karşı sosyal sorumluluk	30
3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIM VE MODELLERİ..	31
3.1 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları	31
3.1.1 Gizli el yaklaşımı	31
3.1.2 Devletçi yaklaşım	32
3.1.3 Yönetişimci yaklaşım	32
3.2 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri	33
3.2.1 Carroll’ın dört boyutlu kurumsal sosyal sorumluluk modeli.....	36
3.2.2 Davis’in kurumsal sosyal sorumluluk modeli	39
3.2.3 Sosyal performans modeli	41
3.2.5 Üç aşamalı Kurumsal sosyal sorumluluk modeli	44
3.2.6 Preston ve Post’un bütünleşik kurumsal sosyal sorumluluk modeli	45
3.2.7 Kurumsal sosyal sorumluluk alanlarının sınırlandırılması modeli	46
3.2.8 Sethi’nin kurumsal sosyal sorumluluk modeli	47

3.3 Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Karşı Görüşler	47
4. VAKA ÇALIŞMASI: İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ VE KOÇ ÜNİVERSİTESİ'NİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMLARI.....	49
4.1 Araştırma Konusu.....	49
4.2 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	50
4.3 Araştırmanın Varsayımları	50
4.4 Araştırmanın Yöntemi	51
4.5 İstanbul Aydın Üniversitesi ve Koç Üniversitesi Kurum Profilleri ve Sosyal Sorumluluk Anlayışları	51
4.5.1 İstanbul Aydın Üniversitesi kurum profili.....	51
4.5.2 İstanbul Aydın Üniversitesi sosyal sorumluluk anlayışı.....	52
4.5.3 Koç Üniversitesi kurum profili	55
4.5.4 Koç Üniversitesi sosyal sorumluluk anlayışı.....	56
4.6 İAÜ ve Koç Üniversitesi Sosyal Sorumluluk Projeleri	58
4.6.1 İAÜ sosyal sorumluluk projeleri	58
4.6.2 Koç Üniversitesi sosyal sorumluluk projeleri.....	64
4.7 Bulgular	69
5. SONUÇ.....	71
KAYNAKLAR	73
ÖZGEÇMİŞ.....	75

KISALTMALAR

AKEV	: Anadolu Eğitim ve Kültür Vakfı
ÇEVSÜR	: Çevre ve Sürdürülebilir Kampüs Kulübü
GİM	: Genç Mimarlar Platformu
İAÜ	: İstanbul Aydın Üniversitesi
İLO	: International Labour Organization (Uluslararası Çalışma Örgütü)
KET	: Koç Eğitim Topluluğu
M.Ö	: Milattan Önce
M.S	: Milattan Sonra
OECD	: Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü
SKS	: Sağlık Kültür Spor Daire Başkanlığı
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
SYEİ	: Sorumlu yönetim eğitimi ilkeleri
TEDMER	: Türkiye Etik Değerler Merkezi
TEGEV	: Teknolojik eğitim Geliştirme Vakfı
TEMA	: Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı.
TKHK	: Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
TKYD	: Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği
UNDP	: United Nations Development Programme (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı)

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 3.1 : KSS Teorilerinin Temel Yaklaşımları, Tanımları ve Savunucuları ...	34
Çizelge 4.1 : Yırca Köyü'ne Kütüphane Projesi.....	60
Çizelge 4.2 : Yedikule Hayvan Barınağı Temizlik ve Bakım Projesi.	61
Çizelge 4.3 : Çocuklara Doğa Eğitimi Projesi.	62
Çizelge 4.4 : Tebessüm Kahvesi Buluşmaları Projesi.	62
Çizelge 4.5 : Vegan Menü Projesi	63
Çizelge 4.6 : Kadıköy Moda Sahil Temizliği Projesi.	63
Çizelge 4.7 : İAÜ Kurumsal Sosyal Sorumluluk hedef faaliyet çizelgesi.....	64
Çizelge 4.8 : Koç Üniversitesi Kütüphane Projeleri.....	65
Çizelge 4.9 : Eğitim Projesi	65
Çizelge 4.10 : Çocuk Şenliği Projesi	66
Çizelge 4.11 : Sihirli Dilekler Projesi.....	66
Çizelge 4.12 : Hour of Codes / Alice Eğitimleri projesi.....	67
Çizelge 4.13 : Eğitim Projesi	68
Çizelge 4.14 : Yardım Projesi.....	68
Çizelge 4.15 : İAÜ ve Koç Üniversitesi 2015 -2018 yılları arası çevre ve çocuk odaklı sosyal sorumluluk projeleri.....	70

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 3.1: Carroll'un Sosyal Sorumluluk Piramidi	37
Şekil 4.1: İstanbul Aydın Üniversitesi Kurum Organizasyon Şeması.....	59

TÜRKİYE’DE VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞLARININ KARŞILAŞTIRMALI İNCELEMESİ: KOÇ ÜNİVERSİTESİ VE İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

ÖZET

İnsanlık tarihinde çok eskilere dayanan sosyal sorumluluk kavramı Sanayi Devriminden sonra ortaya çıkan köklü değişimlerle gündeme gelmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını öncelikleri arasına alarak 21. Yüzyılda küreselleşmenin etkisiyle kurumlar arasında rekabet artmış ve bu rekabetle fark edilmek isteyen kurumlar kurumsal sosyal sorumluluk kavramını ciddiye alarak bu alanda öncelikli olarak çalışmalar yapmışlardır. Eğitim, altyapı, sağlık gibi temel sorunlar çözüm üretmek açısından kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları önem arz etmiştir.

Kurumların toplumsal oluşumlara karşı hassasiyetine bağlı olarak gelişen bir kavram olan sorumluluk kavramı, sosyal sorumlulukla başlayıp kurumsal sosyal sorumlulukla devam eden ve gelişen bir kavram olmuştur.

Kurumların yıllar boyunca, kar elde eden ve tek amaçlarının yöneticileri ve ortaklarını memnun etmek olduğu düşünülmüştür. Kurumların sadece kar sahiplerine karşı sorumlu olmadıkları zaman içinde anlaşılmış ve toplumsal çevreyi de kapsadığını kabul etmişlerdir.

Her sektörden çeşitli kurumlar günümüz koşullarında sosyal sorumluluk projeleri yürütmektedirler. Kurumların sosyal sorumluluk alanlarından biri olan eğitim alanında faaliyette bulunan yükseköğrenim kurumları da topluma hizmetin bir parçası olarak sosyal sorumluluk projeleri yürütmektedir veyahut farklı kurumlar tarafından yürütülen/ yürütülmekte olan sosyal sorumluluk projelerine destek olmaktadır/ katkıda bulunmaktadır. Türkiye de son yıllarda sayıları hızla artan Vakıf Üniversiteleri hem kurumsal itibar için hem de topluma hizmetin bir gereği olarak sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmektedir. Türkiye’de yükseköğrenim alanında faaliyet gösteren Vakıf Üniversitelerinin sosyal sorumluluk anlayışlarını var olan sosyal sorumluluk modelleri çerçevesinde ortaya koyabilmek adına Koç Üniversitesi ve İstanbul Aydın Üniversitesi sosyal sorumluluk projeleri ve anlayışları çalışma kapsamında incelenmiştir. Çalışmayı gerçekleştirebilmek için her iki üniversitenin yazılı stratejik planlarındaki sosyal sorumluluk anlayışlarına bakılarak gerçekleştirilmiş projeler incelenmiş ve ilgili kişilerle mülakat gerçekleştirilmiştir.

COMPARATIVE EXAMINATION OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FOR FOUNDATION UNIVERSITIES LOCATED IN TURKEY: KOÇ UNIVERSITY AND ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY CASE STUDY

ABSTRACT

The social responsibility concept went back on a long way in the human history comes up with changeovers which show up after the Industrial Revolution. The competition among institutions increased with the effect of globalization in the 21st century by taking the concept of corporate social responsibility as a priority and the institutions that want to be recognized with this competition have taken the concept of corporate social responsibility seriously and initially carried out studies in this field. The corporate social responsibility studies have importance in terms of producing solutions to basic problems such as education, infrastructure and health.

The concept of responsibility, which develops depending on the sensitivity of institutions to social formations, has become a concept that starts with social responsibility and continues with corporate social responsibility.

Over the years, it has been thought that the institutions earn profit and their only purpose is to satisfy the managers and their partners. It has been understood that the institutions were not responsible for only to the owners of the profits and they accepted that including also the social environment.

The various institutions in every sector carry out social responsibility projects in today's conditions. The higher education institutions operating in the field of education, which is one of the social responsibility areas of the institutions, carry out social responsibility projects as a part of the service to the society or support / contribute to the social responsibility projects carried out by different institutions. The Foundation Universities which rapidly increase their number in Turkey in recent years has realized both for corporate reputation and social responsibility projects as a requirement of service to the community. Koç University and Istanbul Aydın University have been examined within the scope of the study about social responsibility projects and understandings in order to reveal the social responsibility understandings of Foundation Universities which operate in higher education field in Turkey within the frame works of existing social responsibility models.

In order to carry out the study, the projects carried out by taking into consideration the social responsibility understandings in the written strategic plans of both universities were analyzed and interviews were done with related people.

1. GİRİŞ

İnsanlık tarihinde çok eskilere dayanan sosyal sorumluluk kavramı Sanayi Devriminden sonra ortaya çıkan köklü değişimlerle gündeme gelmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını öncelikleri arasına alarak 21. Yüzyılda küreselleşmenin etkisiyle kurumlar arasında rekabet artmış ve bu rekabette fark edilmek isteyen kurumlar kurumsal sosyal sorumluluk kavramını ciddiye alarak bu alanda öncelikli olarak çalışmalar yapmışlardır. Eğitim, altyapı, sağlık gibi temel sorunlara çözüm üretmek açısından kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları önem göstermektedir.

Kurumların toplumsal oluşumlara karşı hassasiyetine bağlı olarak gelişen bir kavram olan sorumluluk kavramı, sosyal sorumlulukla başlayıp kurumsal sosyal sorumlulukla devam eden ve gelişen bir kavramdır.

Kurumların yıllar boyunca, kar elde eden ve tek amaçlarının yöneticileri ve ortaklarını memnun etmek olduğu düşünölmüştür. Kurumların sadece kar sahiplerine karşı sorumlu olmadıkları zaman içinde anlaşölmüş ve toplumsal çevreyi de kapsadığını kabul etmişlerdir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, genel anlamıyla günümüzde birçok kurumsal faaliyet gösteren kurumun, içinde bulunduğu topluma karşı sorumluluklarını ifade edebilmek için uyguladıkları faaliyetler olarak anlamlandırılmakla birlikte, farklı tanımlara sahip bir alandır.

İbişoğlu (2007)'na göre, kurumsal sosyal sorumluluk bir kuruluşun ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, kurum içindeki ve çevresindeki kişilerin ve diğer kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine, insanları mutlu ve memnun etmeye yönelik bir gerekliliktir (3).

Kotler ve Lee (2008) ise, kurumsal sosyal girişimleri, sosyal amaçları desteklemek ve kurumsal sosyal sorumluluk yükümlölüklerini tamamlamak için bir kurum tarafından üstlenilmiş büyük çaplı faaliyetler olarak tanımlamıştır (3-4). Bu faaliyetler aracılığıyla en sık desteklenen sosyal amaçlar toplumun sağlığına,

güvenliğine, eğitime ve istihdama, çevreye toplumsal ve ekonomik gelişime ve diğer temel insan ve ihtiyaç ve arzularına katkıda bulunanlar olarak öne çıkmaktadır.

Sürekli ve hızlı gelişmeler dünyada pek çok sorunla birlikte birtakım zorunlulukları da ortaya çıkarmıştır. Kurumlar farklılık yaratabilmek, müşteri çekebilmek, rekabet edebilmek ve topluma hizmet amacıyla uygulamaya geçirmişlerdir. Çünkü kurumsal sosyal sorumluluğun, değer yaratmak için kaçınılmaz bir öge olduğunun farkına varılmıştır ve birçok farklı kavram sosyal sorumluluğun oluşmasında birleşerek kurumsal sosyal sorumluluğun tanımını oluşturmuştur (Akın, 2016:11).

Her sektörden çeşitli kurumlar günümüz koşullarında sosyal sorumluluk projeleri yürütmektedirler. Kurumların sosyal sorumluluk alanlarından biri olan eğitim alanında faaliyette bulunan yükseköğrenim kurumları da topluma hizmetin bir parçası olarak sosyal sorumluluk projeleri yürütmektedir veyahut farklı kurumlar tarafından yürütülen/ yürütülmekte olan sosyal sorumluluk projelerine destek olmaktadır/ katkıda bulunmaktadır. Türkiye de son yıllarda sayıları hızla artan Vakıf Üniversiteleri hem kurumsal itibar için hem de topluma hizmetin bir gereği olarak sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmektedir.

Türkiye’de yükseköğrenim alanında faaliyet gösteren Vakıf Üniversitelerinin sosyal sorumluluk anlayışlarını var olan sosyal sorumluluk modelleri çerçevesinde ortaya koyabilmek adına Koç Üniversitesi ve İstanbul Aydın Üniversitesi sosyal sorumluluk projeleri ve anlayışları çalışma kapsamında incelenmiştir. Türkiye’de günümüzde 80 vakıf üniversitesi faaliyet göstermektedir. 2007 yılında kurulan İstanbul Aydın Üniversitesi toplamda yaklaşık 40 bin öğrencisiyle Türkiye’nin en büyük vakıf üniversitesidir. Diğer yandansa Koç Üniversitesi Türkiye’nin en köklü sermaye gruplarından biri olan Koç grubu Vakfı tarafından kurulmuştur. Koç grubundan söz edildiğinde ilk akla gelen kavram da kurumsallıktır. Bu nedenlerden dolayı bu iki üniversite araştırmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Veri toplama tekniği olarak mülakat tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışma nitel bir çalışma olup, betimleyici bir çalışma özelliği göstermektedir. Ayrıca çalışmayı gerçekleştirebilmek için her iki üniversitenin yazılı stratejik planlarındaki sosyal sorumluluk anlayışlarına bakılarak gerçekleştirilmiş projeler incelenmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde; kurumsal sosyal sorumluluk kavramının dünyada ve Türkiye’de ortaya çıkışı ve gelişimi ortaya konulmuş, çeşitli tanımlarına yer

verilmiştir. Ayrıca sosyal sorumluluk kavramına benzer kavramlar tanımlanmış, kurumsal sosyal sorumluluğun önemi, yararları ve kapsadığı alanlar ortaya konulmuştur.

Çalışmanın ikinci bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımları; gizli el yaklaşımı, devletçi yaklaşım ve yönetişimci yaklaşım, günümüzde geçerliliği olan kurumsal sosyal sorumluluk modelleri; Carroll'un 4 Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli, Davis'in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli, Sosyal Sorumluluk Performans Modeli, Sosyal Sorumluluk Duyarlılık Modeli, Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli, Preston ve Post'un Bütünleşik Sosyal Sorumluluk Modeli, Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Sınırlandırılması Modeli, Sethi'nin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli açıklanmış ve ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk karşıtı görüşlere de yer verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise araştırmanın yöntemi, konusu, kapsamı ve amacı ortaya konularak İAÜ ve Koç Üniversitesinin kurum profillerine, sosyal sorumluluk anlayışlarına yer verilmiştir. Ayrıca her iki vakıf üniversitesi tarafından gerçekleştirilen çevre ve çocuk odaklı sosyal sorumluluk projeleri incelenerek bulgular ortaya konuşmuştur.

Sonuç olarak Türkiye'de faaliyet gösteren vakıf üniversitelerinin – İAÜ ve Koç Üniversitesi örneğinde- topluma hizmet kapsamında sosyal sorumluluk projelerini gönüllü katılımın olduğu öğrenci kulüpleri kanalıyla gerçekleştirdiği söylenebilir. Ayrıca her iki vakıf üniversitesi de sosyal sorumluluk anlayışlarını web sayfalarında kamuoyuyla paylaşarak şeffaflık ilkesini de göz önünde bulundurduklarını ortaya koymaktadır.

2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

2.1 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, genel anlamıyla günümüzde birçok kurumsal faaliyet gösteren kurumun, içinde bulunduğu topluma karşı sorumluluklarını ifade edebilmek için uyguladıkları faaliyetler olarak anlamlandırılmakla birlikte, farklı tanımlara sahip bir alandır. İbişoğlu (2007)'na göre, kurumsal sosyal sorumluluk bir kuruluşun ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, kurum içindeki ve çevresindeki kişilerin ve diğer kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine, insanları mutlu ve memnun etmeye yönelik bir gerekliliktir (3).

Kotler ve Lee (2008) ise, kurumsal sosyal girişimleri, sosyal amaçları desteklemek ve kurumsal sosyal sorumluluk yükümlülüklerini tamamlamak için bir kurum tarafından üstlenilmiş büyük çaplı faaliyetler olarak tanımlamıştır (3-4). Bu faaliyetler aracılığıyla en sık desteklenen sosyal amaçlar toplumun sağlığına, güvenliğine, eğitime ve istihdama, çevreye toplumsal ve ekonomik gelişime ve diğer temel insan ve ihtiyaç ve arzularına katkıda bulunanlar olarak öne çıkmaktadır.

Sürekli ve hızlı gelişmeler dünyada pek çok sorunla birlikte birtakım zorunlulukları da ortaya çıkarmıştır. Kurumlar farklılık yaratabilmek, müşteri çekebilmek, rekabet edebilmek ve topluma hizmet amacıyla uygulamaya geçirmişlerdir. Çünkü kurumsal sosyal sorumluluğun, değer yaratmak için kaçınılmaz bir öge olduğunun farkına varılmıştır ve birçok farklı kavram sosyal sorumluluğun oluşmasında birleşerek kurumsal sosyal sorumluluğun tanımını oluşturmuştur (Akın, 2016:11).

Kurumsal Sosyal sorumluluk, karar verici durumda olanların, kendi çıkarlarını olduğu kadar toplumun genel çıkarlarını da geliştirecek ve koruyacak eylemlerin yapılmasındaki zorunluluktur (İbişoğlu, 2007:3). Tanımlardan da anlaşılacağı gibi toplum yararına yapılan tüm çalışmalar kurumsal sosyal sorumluluk içinde yer almaktadır.

Kurumlar, sosyal sorumluluk projeleri geliştirirken, aldıkları kararların ekonomik etkilerinin yanı sıra, sosyal etkilerini de göze almalıdırlar. Bunu gerçekleştirirken de,

toplumda çevre memnuniyetini sağlamak, sağlıklı hayat konusunda girişimlerde bulunmak gibi faaliyetlerden hareketle, hedef kitleleri üzerinde olumlu etkiler bırakmak isteyen kurumlar, günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için stratejik planlamalar yapmaktadırlar.

Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumların toplumun değer yargılarına ve normlarına uygun bir şekilde davranarak, her şeyden önce karşılığında fayda beklemeksizin gönüllü olarak faaliyette bulunmasıdır (Kaya, 2013). Bu doğrultuda, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, bir kurumun toplumsal yaşamda faaliyetlerinden dolayı çevresinde yarattığı olumlu veya olumsuz etkilere karşı önlem alınması ya da işletmelerin üretiminden tüketime kadar olan bütün aşamalarındaki faaliyetleri esnasında topluma zararlı faaliyetler açısından kendisini sınırlayan, toplumun refahına katkıda bulunmaya zorlayan ve bunu öngören politikalar, prosedürler ve eylemleri benimsemesi olarak tanımlanabilir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, işletmenin ekonomik faaliyetlerinin, onunla, ilgili tarafların (hissedarlar, çalışanlar, tüketiciler ve tüm toplum) hiçbirinin çıkarlarına zarar verilmeden yönetilmesi olarak ifade edilmektedir.

Var olan tanımlamalara bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, kuruluşların kar elde etme yükümlülüklerinin yanında toplumdaki kişi ve kuruluşlara karşı yükümlü olmayı ve cevap verme zorunluluğunu da ifade ettiği görülmektedir. Bu noktadan hareketle kurumsal sosyal sorumluluk kavramının kuruluşları bir takım yeni yükümlülükler eklediği gerçeği de ortaya çıkmaktadır. Bu yükümlülükler ise şöyledir:

- Ürün tüketicie yeterli miktarda, kalitede fiyatla sunulmalı, yanıltıcı/ şaşırtıcı reklam yerine gerçek bilgiler sunan tanıtımlar tercih edilerek tüketici dost olarak görülmelidir.

- Temiz ve sağlıklı bir çevre toplumun ödün vermeyeceği bir konu olduğundan havası, denizi, gölü, toprağı, yolu hor kullanılan, kirletilen veya çirkinleştirilen bir çevrede toplum sağlıklı ve mutlu olamayacaktır. Günümüzde atıklarıyla çevreyi kirletmeyen, gürültü kirliliğine neden olmayan, ürettikleri ile topluma zarar vermeyen kuruluşlar toplumsal açıdan çağdaş ve sorumluluk bilinci olan kuruluşlar olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, çevre duyarlılığı, bir kurum için önemli bir sosyal sorumluluk yükümlülüğüdür.

- Kurumda çalışanlar birer araç değil, amaç olarak ele alınarak, kuruluşun varlığını borçlu olduğu insan gücüne, kişiliğine, görüş ve önerilerine saygılı olunmalıdır. Bu bağlamda toplum kuruluşların hizmetinde değil, kuruluşlar toplumun hizmetinde olmalıdır.

- Kurumlar endüstriyel ilişkiler politikasına yeni bir yön vererek çalışanların refah düzeyini arttırmalı, adil bir ücret düzeni ve iş güvenliği sağlanmalı, kadın, dezavantajlılara ve hükümlülere ilgi gösterilmeli ve çalışanların alınan kararlara katılmasına imkân sağlanmalıdır.

- Devlete karşı olan yükümlülükler yerine getirilirken kuruluşlar, ülke kalkınmasına, adaletli gelir dağılımına ilgi göstermelidirler. Bu doğrultuda kuruluşların iyi bir vergi yükümlüsü olduğunu ispatlaması gerekmektedir.

- Kurumlar toplumun eğitim, sanat ve kültürel gelişimine ilgi göstermelidir. Yalnızca var olan eğitim kurumlarıyla ilişki kurmak ve bu eğitim kurumlarından faydalanmak yerine eğitim alanına bizzat katkıda bulunarak eğitim kuruluşlarıyla iş birliği yapabilir veya eğitim kurumları açabilir. Bununla birlikte kuruluş, toplumun kültürel değerlerine önem vererek çeşitli sanat etkinliklerine katılır veya doğrudan organizasyonlar düzenlerse sorumluluklarını önemli ölçüde yerine getirmiş olacaktır (Kaya, 2013:5).

2.2 Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlişkili ve Benzer Kavramlar

Kurumların günümüzde bizzat farkına vardıkları kendilerine sağlayacağı faydaları görmelerinden dolayı kurumsal sosyal sorumluluk ve onunla ilgili eş değer ifadeler de önem kazanmıştır. Bu kavramlar; iş etiği, kurumsal sosyal duyarlılık, hesap verebilirlik, sosyal denetimdir.

- İş Etiği kavramı; etiğin bir alt grubudur. İş yaşamındaki etik konuları irdeler, davranışlara kılavuzluk etmek üzere kaideleri geliştirmek üzere çalışır. İş etiği firmaların hizmet oluşturma dağıtma kademelerinde örgüt veya çalışan/şahıs boyutunda, hareketlerin etik boyutları ile ilgilenir ve bu davranışlara dair yön veren kuralları içerir. İş etiği kimi zaman şirket etiği, işletme etiği, firma etiği veya ticaret ahlakı olarak adlandırılan uygulamalı bir etikdir. İş etiğinin, sosyal raporlama, kurumsal vatandaşlık, davranış kodları, kurumsal hayırseverlik, kurumsal yönetim,

kurumsal çevrecilik, kurumsal iletişim, kurumsal sosyal girişim ve yeşil pazarlama gibi alt başlıkları bulunmaktadır.

- Kurumsal sosyal duyarlılık kavramı; bir kurumun kâr amacı doğrultusunda sürdürdüğü etkinlikleri sırasında vereceği kararlar ve yapacağı uygulamalarda bu karar ve uygulamalardan etkilenebilecek olan tarafların durumlarını dikkate alması anlamına gelmektedir. Kurumsal sosyal duyarlılık kurumların kendiliğinden inisiyatif kullanarak hiçbir dış yaptırım olmaksızın dışsal maliyetleri eksiltici tedbirler almasını ve hissedarların koruyucu tedbirleri yürürlüğe koymasını ifade etmektedir.

- Hesap verme sorumluluğu (hesap verebilirlik); idari görevlerin halkla birlikte ve halk adına yürütüldüğü ve idarecilere aksiyonlarının hesabını sergileme sorumluluğu getiren modern idare anlayışına göre ise hesap verme sorumluluğu kendilerine yetki verenlerin ve kaynak tahsis edenlerin bu yetki ve kaynakları ne kadar iyi idare ettiklerini gösterme, raporlama sorumluluğu olarak anlaşılmaktadır.

Aksiyonlarından dolayı rapor ve cevap vermesi gereken organ veya kişi, başarısı nedeni ile ödüllendirilir veya başarısızlığının sonuçlarına katlanır. Bu şekilde, hesap verebilirlik bir fırsat olarak kabul edilmekte ve sonuç odaklı saydam bir idari kültürün ortaya çıkarılmasında ve tam anlamıyla devlet ve halk arasındaki ilişkinin sağlamaştırılmasında olumlu bir itici güç olarak değerlendirilmektedir.

- Sosyal denetim; bir kurumun sosyal, ekonomik ve çevresel faydalarını değerlendiren ve ortaya koyan, ilerleme durumunu içeren bir süreci ifade etmektedir. Paydaşların (çalışan, müşteriler, tedarikçiler fon sağlayıcılar ve genel olarak kurumun faaliyetlerinden etkilenen kamu) firmanın paylaşılan değerlere ve kendilerini feda ettikleri amaçlarına ulaşp ulaşmadıkları noktasında sosyal denetim, ölçme ve değerlendirme aracı olup bu tarafı ile de kurumların mali olmayan hedeflerinin sistemli ve düzenli bir şekilde kontrol edilmesini sağlar.

- Sosyal raporlama; firmaların faaliyetlerinin ekonomik sosyal ve çevresel sonuçlarını, sosyal sorumluluk kapsamında bir rapor aracılığı ile sosyal paydaşlarına sunmasıdır. Sürdürülebilir raporlama olarak da ifade edilen sosyal raporlamanın, ekonomik, sosyal ve çevresel başarı olarak üç boyutu bulunmaktadır. Günümüzde çok az ülkenin mevzuatında işlenmiş olmasına rağmen 35 yıldan fazla geçmişi

vardır. Bu düzenlemelerin daha çok kurumların etkinlik raporlarında kurumsal sosyal açıklama yapmaları niteliğinde olduğu görülmüştür.

- Kurumsal vatandaşlık; kurumların toplumla bütünleştirmek, eşleştirmek, bir bütün olarak yönetmek ve bir kurumun toplum üzerindeki geniş çaplı etkilerini hem kurum hem de toplum yararına anlayarak yönetmektir. Bir kurumun esas iş hareketleri, sosyal yatırımları, yardımseverlik programları ve kamu siyasetine katılımı aracılığı ile topluma sağladığı faydalardır. Kurumsal vatandaşlık davranışını belirleyen ekonomik, yasal ve etik sorumluluklara kurumlar zorunlu olarak uymak zorundadır.

- Davranış kodları; kurumların etkinlikleri sırasında toplumdaki taraflara karşı takip etmeyi üstlendikleri davranış kurallarıdır. Kamuoyuna bilgi vermek amaçlı gönüllülük ilkesi doğrultusunda bu kodlar oluşturulur ve yayınlanır. Yayınlanan kodların, kurumlar açısından yasal açıdan bağlayıcılığı bulunur.

- Kurumsal hayırseverlik; bir sosyal konu ile ilgili olarak kurum tarafından seçilen konuya maddi veya çeşitli mal ve hizmet tarzında doğrudan fayda sağlayan bir girişimdir.

- Kurumsal yönetim; Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından 1999'da yayınlanan ve 2004 yılında kurumlarda kurumsallığın oluşturulması ve geliştirilmesi amacıyla yenilenen, kurumsal yönetim yapılanması mikro anlamda bir kurumun hissedarları ile ilişkilerini düzenleyen sistemler topluluğu, makro anlamda ise kurum ile toplum ilişkilerini düzenleyen sistemler topluluğudur.

- Kurumsal çevrecilik; Banerjee, Iyer ve Kashyap tarafından ortaya koyulan bir kavramdır. Bir kurumun idarecilerinin, çevresel olayların kurumlar üzerinde büyük etkileri olduğunu idrak etmesini ve bu yönde kurumun ekonomik planlarında değişiklik yapmasını ifade etmektedir.

- Kurumsal iletişim; kurum veya kuruluşların, hedef kitleleri arasında uyum sağlama ve anlaşma amaçlı yönetsel bir işlemdir.

- Kurumsal sosyal girişim; kurum tarafından üstlenilen sosyal amaçları desteklemek, kurumsal sosyal sorumluluk ve yükümlülüklerini tanımlamak amaçlı yapılan büyük çaplı faaliyetlerdir.

- Yeşil pazarlama; enerji tüketimi ve tüketilebilir kaynakların tüketiminin olumsuz veya olumlu yönlerini inceleyen alandır. Yeşil Pazarlama, süreç değişkenleri, ürün değişiklikleri ve ambalajlama için çevre dostu değişiklikler ve reklam da dahil olmak üzere birçok aktiviteden oluşmaktadır. Birçok tüketici, yeşil pazarlamanın, ürünleri ekolojik özelliklere sahip olduğu anlamına geldiğini düşünmekle birlikte, yeşil pazarlamayı tanımlamak için geliştirilmiş birçok yeni terim bulunmaktadır. Bunlar; geri dönüşüm, ozon arkadaşı ve çevre dostu gibi terimlerdir. Gelişmekte olan bir kavram olan yeşil pazarlama, çok çeşitli terimler için kullanılmasının yanı sıra, tüketici davranışları, endüstriyel çıktılar ve hatta hizmetler için uygulanabilmektedir (Koyun, 2018).

Yukarıda görüldüğü gibi, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile ilgili çok fazla faaliyet bulunmaktadır. Bu doğrultuda, kurumların içinde buldukları topluma karşı sorumlulukları, farklı biçimlerde ifade edilmekle birlikte, aynı ortak amacı hedeflemek yönünde birleşmiştir.

2.3 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Kurumsal sosyal sorumluluk gerek bireylerin gerekse yönetimlerin, içinde bulunduğu toplumun yaşam standartlarının yükselmesi için ahlaki, iktisadi, kanuni, çevresel ve sosyal kalkınmaya yardımda bulunmaları ve destek vermeleridir.

Sosyal sorumluluk, insan yaratılışında var olan, iyilik yapmak ve iyi insan olma duygularının karşılığıdır. Geçmişten günümüze, insanlığı etkileyen tek tanrılı dinlerin ve geniş kitlelere hitap eden diğer inançların temelinde, insanların kendisine olduğu kadar çevresine de yararlı davranışlar sergilemesi inancı yer almaktadır.

Sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimine bakıldığında, iş hayatına yön veren ilk düzenlemeler, milattan önce 18. yüzyılda Hammurabi Kanunlarına dayandığı söylenebilir. Hammurabi Kanunlarında, bugünkü anlamda ve içerikte olmasa bile, yasal olarak yöneticinin bazı konularda toplumsal anlamda zorunluluklarından bahsedilmektedir. Tarlada çalıştırılan kişiye emeğinin karşılığı olarak hububat verilmesi zorunluluğu, işvereni sınırlayıcı nitelikte bir örnek olarak değerlendirilmektedir ve bu durum günümüzdeki asgari ücret politikasını çağrıştırmaktadır (Başer, 2015:3). Özgen (2017) ise bu kanunların ticaret hayatına

dair farklı sistemlere yönelik açılımlar yaparak işçi-işveren, tüccar-müşteri ilişkilerini düzenlediğini belirtir (36).

Aynı dönemlerde sosyal sorumluluk olarak kabul edilebilecek, topluma karşı sorumluluk düşüncesinden ilk bahseden düşünür Eflatun (Platon)dur. Üst düzey yöneticilerin toplum menfaatlerini ve ekonomik konularda genel yararı her şeyden üstün tutmaları gerektiğini yine eflatun belirtmiştir. Konuyu ahlak açısından ele alan kişi ise Aristodur.

Kabul edilen bir gerçekte sosyal sorumluluk düşüncesinin medeniyet ve dinlerle başladığıdır. Sosyal kavramının ortaya çıkmasında dinlerin etkisi göz ardı edilemez olduğudur.

Sosyal sorumluluk kavramı gelişim süreci içerisinde devletlerin ilk koyduğu yasalar ve mesleki örgütlerin belirlediği ilkeler çerçevesinde farklı isimlerle de anılmaktadır. Örneğin, Osmanlı İmparatorluğunda sosyal sorumluluk, imparatorluğun vergi sistemi, zekât ve ahilik örgütleri ile dernekler ve vakıflar aracılığıyla, yardıma ihtiyacı olanlara hayırseverlik ve yardımseverlik çatısı altında gerçekleştirilmiştir.

Endüstri çağının başlangıcı olarak ifade edilen Sanayi Devrimiyle, üretim artmış ve insanlar sadece kendi ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp ticaret hayatına atılarak başkalarının ihtiyaçlarını karşılamaya başlamışlardır. Üretimin çeşitlenmesi ve artması dolayısıyla da kurumlar ve toplum arasındaki ilişkiler, yıllar içerisinde çevrenin de etkisiyle farklılık göstermeye başlamıştır. Kurumlar üretim yapma ve büyüme, amaçlarını gerçekleştirirken buldukları toplumun ahlaki değerlerine önem verip, kaynaklarını buldukları toplumun gelişmesine kullanmaya başlamışlardır. Küresel ekonominin gelişmeye başladığı 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra kurumların toplum üzerindeki etkisinin güçlenmesiyle, aldıkları kararların yaratacağı insani, sosyal, ahlaki ve yasal boyutu önem arz etmeye başlamıştır.

Sosyal sorumluluk çalışmalarının kurumlarca benimsenmesi ve uygulanan doğru politikalarla bu planların yürütülmesi ve nihayetinde sonuçların raporlandırılmasıyla sosyal sorumluluk kavramı ortaya çıkmıştır (Başer, 2015:3-4).

2.3.1 İlkçağ ve orta çağ dönemi

Kaya (2013)'ya göre sosyal sorumluluğun tarih içindeki gelişimi medeniyetler ve dinlerin ortaya çıkışıyla başlamıştır. Aileler, aşiretler, dini ve askeri kuruluşlar ve devletler, henüz ticari ilişkilerin başlamadığı bu dönemde yönetenler grubunda yer almaktaydı.

İşletme öncesi dönem de denilen ve M.S.1100 yıllarına kadar tarihlenen dönemde yönetenler yaşam ve gelişim mücadelesi veriyorlardı. Bu dönemlerde ahlaki yaklaşımlar ticaretle uğraşan kişilerin etkin yaklaşım biçimiydi. Toplumsal kural ve yasalar o dönemde ekonomik yaşamı düzenleyen ikinci güç olarak kabul edilmiştir.

Tarihte bilinen ilk yasa M.Ö 1792-1750 yılları arasında Babil kralı olan ve komşu devletleri egemenliği altına alarak Babil'i güçlü bir krallık haline getiren Hammurabi tarafından 282 davanın yargısal kararlarından oluşan bir yasa derlemesi şeklinde hazırlanan Akad diliyle ve çivi yazısıyla taş üstüne yazılan Hammurabi kanunlarıdır. Hammurabi kanunları iş gören ve işveren, tüccar ve müşteri ilişkilerini düzenlemekte, muhasebe kayıtları, envanter kontrolü ve ücret sistemleri gibi konuları içermektedir.

En eski kanun olarak kabul edilen Hamurabi kanunları sosyal sorumluluk anlamında tüketiciyi koruma adına düzenlenmiştir. Ticarete tarafların sorumluluklarını tanımlayan kanunlardır.

MS. 1100 yıllarına kadar “işletme öncesi dönem” de Mezopotamya, Çin, Eski Yunan ve Roma dahil olmak üzere ilk uygarlıklar döneminde önemli olabilecek yenilikler olmasa da toplumlarda insanların ön yargıları, inançları, görüşleri, farkına varmadan yürütülen bir sosyal sorumluluğun olduğu belirtilmektedir.

Dini inançlar sosyal sorumluluğun pekişmesinde özellikle etkili olmuştur (Aydınalp, 2013:23).

Yönetici sınıfın Topluma karşı sorumluluklarının olduğunu belirten ilk düşünür olan Eflatun, idarecilerin ekonomik genel menfaati her şeyin üzerinde tutmaları gerektiğini ifade ederek yönetenlerin sosyal sorumluluğu konusunda önemli bir başlangıç yapmıştır. Aynı şekilde Aristo, ekonomik olayları etik açıdan ele alarak, mübadele edilen değer ve hizmetler arasında bir denklik olmasının gerekli olduğunu, fiyatların ve kazanımların adaletli bir şekilde oluşmasını, faizin adaletsiz olduğunu görüşünü savunarak sorumluluk anlayışının gelişimine katkıda bulunmuştur.

Dinlerin de sosyal sorumluluk düşüncesine etki ve katkıları olduğu bir gerçektir. Musevi dininin peygamberi Hz. Musa" On Emir" ile sosyal sorumlulukları ön plana çıkaran bir örgütlenme anlayışının hâkim kılınmasını buyurmuştur. Hıristiyan dininde sosyal sorumluluk ile ilgili görüş ve düşünceler, kilisenin öncülüğünde dile getirilmiş ve fakirlere ümit, kölelere özgürlük vaat edilmiştir. İslam dini, sosyal yönetim düşüncesinin ağır bastığı bir süreçte gelişmiş ve toplum yaşamında fakirlere yardım amacıyla vakıflar, imarethaneler ve hayır kurumları inşa edilmiştir. Sonuç olarak işletme öncesi dönem de örf, adet, dini ve kültürel baskıların sonucu gelişen bir sosyal sorumluluk anlayışı hüküm sürmüştür (Kaya, 2013:9-10).

2.3.2 Merkantilist dönem

Sanayi Devrimi öncesi dönemde 16. ve 18. yüzyıl arasında Avrupa'da hüküm süren merkantilist düşünce, merkezi gücü oluşturan devletin sosyal sorumluluklar açısından toplum hakkında her türlü karar verme yetkisine imkân sağlamaktaydı. Merkantilizm; sistem olarak devletin ekonomik yaşamda aktif bir yer almasını, ithalatın yüksek gümrük duvarları ile engellenmesini isteyen bir görüşle ön plana çıkmıştır. Bu dönemde milliyetçilik akımlarının gelişmesi ve kilisenin yerini merkezi otoriter yönetime bırakması ekonomik yaşamı da etkilemiştir. Devletin mümkün olduğunca güçlenmesi için ekonomik varlıklara mutlak sahip olması gereği merkantilizmin açgözlü ve bencil bir dünya görüşü yansıtması yönünden önem taşımaktadır. Merkantilistler için ulusal servet halkın refahı, tüketici ya da işçi yararı ile ilgili değildir. Nitekim imalatçıların olabildiği kadar düşük ücretle işçi çalıştırmaları, dünya piyasalarında rekabet için gerekli görülmüştür ve "Fakirlere Yardım Kanunu" çerçevesinde, işçiye ödenen ücretlerle yaşaması için gerekli sayılan ücret arasındaki farkın kamuca kapatılması savunulmuştur. Ancak merkantilizm uzun vadede istenen sonuçları vermemiş ve beraberinde adaletsiz gelir dağılımı, toplumda fakirliğin artması ve üretim yetersizliği neticesinde yüksek enflasyonun ortaya çıkması gibi olumsuzlukları getirmiştir (Korkmaz, 2009:27-28). Bu dönemde, devlet ve işletmeler açısından bu dönemde, kendi çıkarları doğrultusunda sorumluluklarını yerine getirmeyen uygulamalarda buldukları sonucuna ulaşmak mümkündür.

2.3.3 Sanayi devrimi sonrası dönem

Neo-Sanayi döneminde hâkim olan yönetime yönelik sosyal sorumluluk yaklaşımı, 1960'lı yıllarda benimsenmeye başlamıştır. Bu görüşte, kurum çevrede sosyal baskılara ve taleplere yanıt vermesi gereken bir aktör olarak görülmektedir ve paydaşlar da ahlak, etik ve sosyal sorumluluk açısından giderek daha fazla dikkate alınmaktadır (Şatır, 2011:5).

James Watt'ın buhar gücünü enerji kaynağı olarak kullanması, makineleşmenin yaygınlaşması ve Adam Smith ile başlayan klasik ekonomik görüşün giderek daha fazla benimsenmeye başlaması, sanayileşmeye geçişteki önemli etkenleri oluşturmuştur. Bu dönemde işletme kavramı ortaya çıkmıştır ve ekonomik hayatta önemli değişiklikler yaşanmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluğunun ikinci dönemi, sanayileşme dönemidir. Sanayileşme ile beraber serbest piyasa ekonomisi ortaya çıkmıştır. 20. yüzyılın erken zamanlarında, işletmeler şirketle ilgili konularda herhangi bir hükümet müdahalesini, önlemek olmasa da, asgariye indirme yönünde bir yol izlemeye başlamışlardır. Kurumlar böylece hükümetin dikte ettiği değil gönüllü veya kendilerinin düzenledikleri sosyal sorumluluk fikrini geliştirmiş, aynı zamanda hissedar ve yönetici olan pek çok zengin birey ve aile, hayırseverlik faaliyetleri ve diğer sosyal sorumluluk faaliyet şekilleri ile ilgilenmişlerdir. Hükümetin bu tür bireysel ve kurum girişimlerini desteklemek ve hatta ödüllendirmek için önemli bir rol oynamasına karşın hükümet tarafından yapılan düzenlemeler uygun olmayan ve verimlilik karşıtı düzenlemeler olarak değerlendirilmiş, kurumların sosyal sorumluluğu, böylece, bireysel kurum sahiplerinin takdirine bırakılmıştır.

Sanayileşme ile ağırlık kolektivizmden baskın bir merkantilizm özelliğine, bireyciliğe kaydı. Aslında, işletme girişimi ve sorumluluğundansa, birey girişimi ve sorumluluğu teşvik edilerek, işletmeler” birey için iyi olan toplum içinde iyi olmalıdır” hükmü ile yönlendirilmiştir. Bu süreç sonucunda, sosyal sorumluluk fikri artık basitçe ve ilkel olarak dini bir sorumluluk değil, aynı zamanda laik bir değer olarak benimsenmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun bir unsuru olarak hayır işi, daha sonraları bireylerin tipik olarak mülk sahipleri ve kurum yöneticilerinin hayırseverlik faaliyetleri ile yakından ilişkili hale gelmiştir. Bu dönemde, hayırseverlik, işletme sosyal

sorumluluğunun baskın temeli olarak kalmıştır. Hayırseverlik dışında sosyal sorumluluk eylemlerine çok daha az rastlanmaktadır. Bu aşamada teknolojiye ölçüm sistemlerindeki bilimsel gelişmeler ile hayırseverliğin kuruma kattığı değer ölçülerek kurum için genel verimli geri dönüş olarak nitelendirilmiştir. Şaşırtıcı olmayan şekilde, bu dönemde, varlıkların sosyal hayatın pek çok alanındaki gönüllülüğü serbest girişim tarafından ilgili sosyal ihtiyaçların karşılanması için daha fazla hükümet katılımını desteklemek yönünde teşvik edilen bir değerdi (Bir, 2008:23-24).

2.3.4 Türkiye’de sosyal sorumluluk kavramının ortaya çıkışı ve gelişimi

Dünyada olduğu gibi kurumsal sosyal sorumluluk Türkiye ‘de de yükselen akımlar arasındadır.

Sosyal sorumlulukla alakalı projelerin sayısı her geçen gün artmaktadır. İlk zamanlarda bağış yapmak hayırseverlik olarak algılansa da günümüz uygulamalarında toplum ile kurum arasında karşılıklı kazanç mantığına dayandırılmış bir iş faaliyeti olduğu fark edilmiş ve sadece bağış yapmaktan ibaret olmayan bir kavram olduğu anlaşılmıştır. Artık bugün pek çok kurum kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini stratejik planlama süreçlerine dâhil edip planlama yapmakta uygulamakta ve neticelerini değerlendirmektedir (Bir, 2008:27).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı Türkiye’de de Amerika ve Avrupa’da olduğu gibi önemli bir kavram olarak dikkate alınmaya başlanmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının Türkiye’deki gelişimini incelediğimizde, Osmanlı İmparatorluğuna kadar uzanan bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı günümüzde Türkiye’de sivil toplum kuruluşlarında değil, kurumların içyapısında da kendine yer bulmakta iken geçmişte sırası ile Ahilik Teşkilatı, Lonca teşkilatı ve Vakıflar seviyesinde ilerleme göstermiştir.

Ahilik ve lonca düşüncesi gerekli olan açılımları yaratmış ve ihtiyaç duyanları korumak hem de mesleki haksız rekabeti önlemek adına iş ahlakının temelini oluşturarak sosyal sorumluluk anlayışını yaratmıştır (Aydınalp, 2013:32).

Ayrıca günümüzdeki sosyal güvenlik kurumlarının ilk örneği olarak,Lonca teşkilatının kurduğu ‘orta sandığı’ gibi düzenlemeler değerlendirilmektedir.

Üyelerine hastalık, yaşlılık , sakatlık ve ölüm gibi durumlarda ‘orta sandık’ düzenlemesi ile güvenceler sağlamayı amaçlamıştır. Bir yardım sandığı işlevi gören bu kurumlar ihtiyaç sahibine borç verme, çalışamayanlara para yardımı yapma gibi özellikleri yerine getirerek yardım sandığı görevi görmüştür (Şen, 2002:30).

Osmanlı İmparatorluğu temel kurumsal mekanizmayı oluşturan vakıflar tarafından yürütülen eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik gibi kamu hizmetlerini yürütmekteydiler.

Türkiye Cumhuriyeti devletinde sosyal sorumluluk kavramının nasıl geliştiğini kavramak için öncelikle Türk devletlerinde ve Osmanlı’da imparatorluğunda bu konu ile alakalı olan çalışmaları anlamak doğru olacaktır.

Sadece Türk İslam devletlerinde değil diğer Türk Devletlerinde de karşılık beklemeden yardım etme kültürü önemliydi. Bu kültürle kurulan vakıfların Osmanlıdan çok daha önce de bulunduğu ve Türklerin geleneksel ve kültürel olarak yardım severliğe önem verdiği görülmektedir.

Anadolu Selçuklu zamanında var olduğu bilinen ve Osmanlı döneminde gelişen örgütler halkın sağlık ve eğitim sorunlarını karşılamak, düşkünlere ücretsiz yemek vermek, yolculuk yapanlara kalacak yer sağlamak gibi yardımlar gerçekleştirmek adına imarethaneleri hastaneler, mescitler, medreseleri, hayratlar, hanlar, kervan saraylar inşa etmişler ve bu zihniyetle dini, vicdani, duygusal ögeler olduğu kadar iyi insan ilişkilerini, yoksul insanlara yardım etmeyi engelli şahısları müdafaa eden bir anlayış söz konusu olmuştur. Sevap kazanmak adına toplum iyileştirilmeye ve Allah’ın takdirini kazanmak hedeflenmiştir. Sevap kazanmak hayırseverliğin en önemli dinsel eylemlerinden biridir. Dini açıdan hayırseverlik gönüllü (sadaka) bir eylem olması ve de zorunlu (zekât) tutulması bu davranışa verilen önemin bir işareti olarak görülmektedir.

Kanunla yetkileri belirlenen şahıs ve kurumlar tarafından kurulmuş tüzel kişilik yapısında olan vakıflar Osmanlı imparatorluğu döneminde sosyal sorumluluğun gelişmesine öncülük eden kurumlardır (Aydınalp, 2013:31-32).

Bugün ise Türkiye’de aile kurumlarının pek çoğu bir vakfa sahiptir. Bu açıdan bakıldığında halkın kurumlardan sosyal sorumluluk konusundaki beklentileri eski vakıf görüşleri şeklinde biçimlenmekte ve kurumların yaptığı bağışlar ve yardımseverlik faaliyetleri olarak görülmektedir (Çeritoğlu, 2011:46-47).

Dünyada 1960'lı yıllardan sonra, önemi artan kurumsal sosyal sorumluluk Türkiye'de 1990'lı yıllarda Türkiye'de öne çıkmaya başlamıştır. Uluslararası kuruluşlara üyeliklerin çoğalması, uluslararası kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde yer alınması Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk bilincinin oluşmasında büyük etki yaratmıştır. Habitat II konferansı 1996'da gerçekleşmesi yoksulluk, ayrımcılık, insan hakları, temel hak ve özgürlükler, eğitim, sağlık ve beslenme gibi sosyal konuların görüşüldüğü bir platformun sağlanması için mühim bir imkan yaratmıştır. Türkiye'de kurumlar kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına 2000'li yıllardan sonra çok daha fazla önem vermeye başlamışlardır.

Türkiye'de kurumların kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının geçikme nedenlerinden birisi de ekonomik istikrarsızlık, yaşanan ekonomik krizler ve yüksek enflasyondan ötürü firmaların mali yükümlülüklerine öncelik vermeleridir.

Düşük enflasyon ve yükselen yaşam kalitesi gibi ekonomik gelişmeler firmaların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelmelerini sağladı (Uğur, 2018:14).

Kurumsal sosyal sorumluluğun gelişimini Türkiye'de gelişimi incelendiğinde projelerin çoğunlukla çevre, eğitim, sağlık, sokak çocukları, gençler, spor, kültür değerlerinin korunması sanat gibi alanlar ve bu konuların daha çok özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasındaki sponsorluk ve hayırseverlik faaliyetleri olarak algılanmakta olduğu fark edilmektedir. İnsanların talep ettiği ihtiyaçlara paralel olarak toplumun gelişmesini kapsamaktadır (Sarıca, 2012:51).

Kurumsal sosyal sorumluluğun Türkiye'deki gelişiminde sivil toplum örgütlerinin mühim bir payı vardır. Özellikle Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği, faaliyetlerini doğrudan kurumsal sosyal sorumluluk odaklı olarak yürütmektedir. Pek çok dernek kurumsal sosyal sorumluluk konusunda faaliyet göstermesine rağmen bu dernekler kurumsal sosyal sorumluluk konusunu alt başlık olarak değerlendirmektedirler. Türkiye'de 2005 yılında kurulan Sosyal Sorumluluk Derneğinin amacı lazım olan araç, kaynak, ve yöntemler geliştirerek iş dünyasının sosyal gelişim sürecine katkıda bulunmasına ortam hazırlamaktadır. Dernek uygulamaları teşvik ederek kurumsal sosyal sorumluluk konusunda araştırmalar yürüterek yapılan araştırmaları destekleyerek konu ile alakalı farkındalık yaratmaktadır.

İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği ise Türkiye'yi uluslararası seviyede Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyinde temsil etmektedir. Dernek çeşitli resmi kurum ve yerel idarelerle iletişim kurarak sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının yayılması maksadı ile faaliyet göstermektedir. Dernek sürdürülebilir kalkınma ile ilgili pek çok faaliyeti desteklemekte ve Devletin bu konuda öncü olması için de çalışmalar yapmaktadır. Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği(TKYD) ve Türkiye Etik Değerler Merkezi (TEDMER) de kurumsal sosyal sorumluluğun farklı dallarında aktif olarak faaliyet yapan en etkili STK lar arasında yer almaktadır (Uğur, 2018:15-16).

2.4 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Önemi

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını esasında endüstrileşmenin birtakım problemlere neden olduğu ilk senelerden günümüze kadar hızla artan çevresel, toplumsal, iktisadi, kültürel hatta politik problemler karşısında yasal örgüt ve devletlerin yanında bu sorunlarla başa çıkabilecek insani ve iktisadi verileri içinde barındıran kurumlar ve sivil toplum kuruluşlarının bu rolü hükümetlerle paylaşmaları yatmaktadır.

Kurumlar açısından kurumsal sosyal sorumluluğun öneminin giderek artmasının sebepleri olarak şunlardan bahsedilebilir:

- Sınırlar ötesi ticaret, uluslararası kurumlar ve kültürel dağılım ağlarının önem kazanması ile bilhassa insan kaynakları yönetimi uygulamaları, çevresel koruma, sağlık ve güvenlikle alakalı kurumsal sosyal sorumluluk endişeleri artmıştır.

- Birleşmiş Milletler, Uluslararası Çalışma Örgütü gibi hükümetler arası örgütler, kabul edilebilir bir davranış için sosyal normları standartlaştıran anlaşmalar, bildiriler ve ilkeler geliştirmişlerdir. Bu durum kurumların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında, toplumsal davranışlarını hedef kitlelerine duyurma zorunluluğunu getirmiştir.

- Gelişen iletişim teknolojileri sayesinde internet, cep telefonları ve diğer kişisel dijital aletler kurumsal aktiviteleri izlemeyi ve bunlarla ilgili bilgileri yaymayı kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla kurumlar geçmiş dönemlere oranla toplum tarafından daha etkili biçimde kontrol edilmektedir.

- Tüketiciler ve yatırımcılar sosyal sorumluluk sahibi iş uygulamalarını giderek artan derecede desteklemektedirler ve kurumların, sosyal ve çevresel konularla ilgili riskleri ve fırsatları ne şekilde ele aldıklarıyla ilgili daha fazla bilgiye sahip olmak istemektedirler. Bu da kurumları sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha fazla önem vermesi gereğini doğurmaktadır.

- Çok sayıda önemli ve yüksek derecede etik ihlali kurumlara karşı güvensizliği arttırmış ve kurumsal yönetim, şeffaflık, hesap verilebilirlik ve etik standartlarına olan ihtiyacın gündeme gelmesine neden olmuştur. Kurumlar kurumsal imajlarının etik değerler üzerine inşa edildiğini kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle topluma duyurabilirler.

- Sivil toplum örgütlerinin giderek güçlenmesi; kurumlara karşı uyguladıkları baskıları da arttırmıştır. Bu durum daha fazla kontrol edilme ortamı yaratmıştır. Kurumların, sivil toplum örgütlerine şeffaf bir biçimde hesap verebilir algısını sağlayabilmeleri için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri önemlidir.

- Hükümetlerin kurumsal sosyal sorumluluğun kapsamına giren sorunlara etkili şekilde eğilmesini sağlayan kanunların ve düzenlemelerin sınırlı kalması ile ilgili artan derecede bilinçlilik söz konusudur. Dolayısıyla bilinçli hedef kitleler kurumları toplumsal duyarlılık konusunda sosyal sorumluluk çalışmalarına yönlendirmektedir

- Günümüzde iş dünyası; etkili bir kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımının, başarısızlık riskini azaltacağını, yeni fırsatlar yaratabileceğini ve marka ve kurum itibarını geliştirebileceğinin farkına varmaktadır (Başer, 2015:8-9).

Kurumun kendi menfaatleri dışında toplumun varlığını kabul etmesi esas yükümlülükleri dışında toplumsal problemlerle ilgilenmesi atacağı adımların sonuçlarını ön görmesi sorumlu davranışın temelini oluşturmaktadır.

Kurumlar sorumluluklarının bilincine vararak davranması olumlu imaj olarak geri dönmesine sebep olacaktır. Kurum imajını yükseltmek halkla ilişkileri temel görevlerinden olduğu düşünülürse sosyal sorumluluk ve halkla ilişkiler arasındaki ilişki netleşecektir (Peltekoğlu Balta, 2004:168).

2.5 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Yararları

Kurumsal sosyal sorumluluğun kurumlara sağladığı pek çok yarar vardır.

Sosyal sorumluluğun bilincinde olan kurumların tedarikçileri ile yapacağı işbirlikçi yaklaşımı sayesinde aralarındaki münasebetle doğru ve adaletli davranım artar karşılıklı güven oluşur. Bu sayede kazanılabilecek olan uzun dönemli karşılıklı Yarar'a dayalı sağlam münasebetleri nedeni ile imalatta etkinlik sağlanır.

Ayrıca tedarikçilere yansıyan kurumların sorumluluk bilinçleri de onları sorumlu ticaret yapmaya özendirir.

Kurumların sosyal sorumluluklarını yerine getirmeleri çalışanlar açısından da önemlidir. Çalışanların memnuniyetini arttırmak için huzurlu ve güvenli bir iş ortamı oluşturma, adil bir şekilde başarı değerlendirme ve performansın mükâfatlandırılması etkili olacaktır.

Kurumun üstlendiği sosyal sorumluluk faaliyetleri ile çalışanlarına vereceği eğitimler, kurumun personelinin de konuya vakıf olmasını sağlayacak bu durum ise kurum için bir avantaj oluşturacaktır. Aynı zamanda bu faaliyetler çalışan ciddiyetini de arttıracaktır.

Kurumun sosyal ve ekonomik ömrünü sosyal hareketlere gönüllü katılması uzatabilir. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluklarını çalışanlarına karşı uygulayan memnuniyeti ve aidiyeti de artabilir.

Kamuoyu tarafından sosyal sorumluluk firmaları desteklenerek kurumsal imaj ve kurumsal değer yaratılır. İmaj ve değere sahip firmalar mal ve hizmet almada tercih sebebidir. Markalaşma bu durumda ortaya çıkar.

Kurum saygınlığı da sosyal sorumluluk uygulamaları ile topluma yerleşir.

Müşteriler kriz zamanlarında ekonomik durgunlukta sosyal sorumluluğu uygulayan kurumlardan mal ve hizmet almayı tercih eder (Aydınalp, 2013:42).

Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte küresel rekabetin artması da markaların performanslarının daha kolay taklit edilebilmesinden dolayı duygusal ve imaja bağlı özelliklerin önemini arttırmıştır. Sosyal sorumluluk kampanyaları tüketici ile duygusal bir bağ oluşturarak markaya artı değer katarak sosyal sorunlara duyarlı imajı vermekte ve markaya yeniden yapılandırmak için bir iletişim şekli olarak

kullanılabilmektedir. Böylece günümüzde artan rekabet sonucu kalite, fiyat ve hizmet anlayışlarının kurumların farklılaşmasında yetersiz kaldığında sosyal sorumluluk kanalı ile oluşturulacak güçlü bir imaj kurumlar için önemli bir yarar sağlayacaktır. Kurumsal sosyal sorumluluğun kurumsal veya marka stratejisi ile yakınlaşmasının esas sebeplerinden birisi de farklılaşan tüketici beklentileri sonucunda itibarın kurum veya markalar için önem arz etmesi sosyal sorumluluk kavramının olumlu itibar üzerindeki etkinliğinin artmasıdır (Çeritoğlu, 2011:58).

Dünyada farklı kurumsal itibar değerlendirilmelerinde farklı kurumlar birbirlerinden çok farklı olmayan kriterler kullanmaktadırlar. Bunlar;

- Reputation Institute – Reputation Quotient / RQ (itibar katsayısı)
- Fortune Magazine- The Most Admired Companies (en beğenilen şirketler)
- Financial Times- “The Most Respected Companies (en saygıdeğer şirketler)
- Pohjoisranta- “RapMap” (en beğenilen şirketler)
- Burson-Marseller- Wirthlin Report
- PRWeek/Burson-Marsteller-“CEO Survey”
- Hill&Knowlton-“Reputation Watch
- Pricewaterhousecoopers-“Annual Global CEO Survey”
- Capital Dergisi- “Türkiye’nin en beğenilen şirketler araştırması”

Yukarıda sıraladığımız itibar araştırma kriterleri artık dünyada tüm iş dünyası tarafından kabul görür konumdadır (Yıldırım, 2015:149).

Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal itibar oluşturma, geliştirme ve olan itibarı korumak açısından oldukça önemlidir. İtibar Enstitüsü tarafından itibar ölçülmesi maksadı ile geliştirilen itibar katsayısını (RQ) oluşturan 6 ana unsur;

- Sosyal sorumluluk,
- Duygusal çekim,
- Ürün ve hizmetler,
- İş yeri çevresi,
- Finansal performans,
- Vizyon ve
- Liderlik göze çarpmaktadır.

İtibarı iyi olan daha kaliteli mallar üretmekte, çok daha iyi işveren olmakta, çok daha iyi müşteri ilişkileri yürütmekte, mali açıdan çok daha güçlü olmakta, çok daha güçlü mesajlar vermekte veya çok daha iyi kurumsal vatandaş olmaktadır.

Kurum duyulan güvenin ise müşterilerin markaya olan tutumlarını ve satın alma eğilimlerini arttırdığı kanıtlanmıştır (Çeritoğlu, 2011:57-58).

(Aydınalp, 2013) ise kurumsal sosyal sorumluluğun mali faydaların gelirin yükselmesi, maliyetlerin inmesi, risk azalımı ve değer in yükselmesi, mali olmayan faydalar ise kazanmayı geliştirme, çalışmada tam yetki, müşteri çekiciliğini ve sürekliliğini geliştirme, kurumsal itibarı geliştirme ve çalışan elemanın motivasyonunu ve işte kalmasını sağlamasıdır.

Sosyal sorumluluğun faydalarını ise şöyle sıralayabiliriz.

- Kamuoyunca benimsenen kurumlar sıklıkla iyi bir sosyal çevre oluşturan kurumlardır.
- Bazı maliyet gibi görünen düzenlemeler karlılık olarak dönüş yapabilir.
- Toplumun değerli bir parçası haline gelebilmek için toplumsal sorunları tartışıp çözümlenmesinde görev almalıdır.
- Ekolojik sisteme duyarlı çevre dostu kurumlar oluşur.
- Kurumun yeni piyasalara girmesinde müşteri bağlılığının arttırılmasına yardımcı olur
- Nitelikli elemanların kuruluşa olan sadakatinin artmasına sebep olur
- Finansal kaynakların yenilerine ulaşılmasını sağlar.
- Kurum, çalışanlarının ve müşterilerinin güven duygusu artar, ait olma ve sadakat duygusu gelişir. Satışlar yükselir karlılık artar.
- İletişim, güven, dayanışma ve takım ruhu çalışanlar arasında kuvvetlenir.
- Kurum çalışanları toplumsal sorumluluk projelerinde yer aldıklarında bilgi ve becerileri gelişirken deneyimleri ve kendine güvenleri artar. Sorun çözme becerileri gelişmiş bireyler haline gelirler.

Kurumsal sosyal sorumluluğu dikkate alan kurumlar önemli avantajlar sağlamaktadırlar.

Sayılabilecek bu avantajlar; kurum değeri ve piyasa değerinin yükselmesi, güçlü bir marka konumuna getirilmesi, güçlü kuruluş ve imaj etkisi, kaliteli çalışanı kuruma çekmesi, kreatif potansiyelinin artması, risk yönetiminin aktif hale getirilmesi, sosyal

sorumluluk konusunda duyarlı mudilere ulaşılması yeni oluşturulan piyasalarda alıcı bağlılığının sağlanması sayılabilecek önemli avantajlardandır.

Kurumun toplumla yerel ve merkezi devlet organlarıyla olan ilişkisi kurumsal sosyal sorumlulukla birlikte gelişir ve güçlenir.

Sosyal sorumluluk projeleri ile kurum kamuoyunun görüşlerine önem vermesini sağlayabilir.

Kurumsal yatırımcılar bir kuruma yatırım yapmadan önce o kurumun kurumsal sosyal çalışmalarını değerlendirmeye başlamıştır.

Bu yüzden kurumlar gelişmek için kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını artırarak nemalanmanın yollarını aramaktadırlar (Aydınalp, 2013:42-43).

2.6 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kapsadığı Alanlar

Sosyal norm olarak tanımlanan, etik kurullarla yakından ilgili olan tanım kurumların sosyal sorumluluğudur. Bu fikir 1960'lı yılların son dönemlerinde ortaya çıktığı zaman kurumlar karşılaştıkları sorunlara verdiği karşılıklar düşünmeden tepki olarak verdiği davranışlardı. Kurumlar ancak eylemci baskılar veya yasal baskıların artması ile birlikte hızlı bir şekilde kurum politikasını değiştiriyorlardı

Kurum ve kuruluşların günümüzde sosyal sorumluluk programları çok daha karmaşıklaşmıştır. Diğer yönetim disiplinleri gibi kurumsal sosyal sorumlulukta işlem görür, sorunlar analiz edilir, başarılar değerlendirilir, öncelikler belirlenir, kaynaklar ayrılır, programlar uygulanır.

Kurumun kişisel çıkarları öğretmekten daha çok faaliyet gösterdiği çevreye ve insanlarına yardımda bulunması özveri değil büyük ölçüde o çevrenin yarar sağlayacağı bir unsurdur.

Kurumsal sosyal sorumluluk;

- Teşebbüs: Girişim ve girişimcileri destekleyerek sayıyı arttırmak,
- Eğitim: Yeni ufuklar geliştirmeye çalışarak gençleri desteklemek ve önünü açmak,
- Sanat ve kültür: Bölge insanları ile birlikte sanatsal faaliyetlerde bulunmak,
- Çevre: Toplumun emniyetini sağlamak ve yaşam kalitesini arttırmak için her türlü çabayı desteklemek (Okay, 2007:511) olarak ifade edilmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluğun tanımlarına bakıldığında alanında kesin bir tanımlama yapılmadığını görürüz. Geçmişten bugüne baktığımızda kurumların kazançlarını yükseltmek öte, birer toplumsal oluşum gibi davranıp ekonomik sorumlulukların yanı sıra toplumsal sorumluluk sahibi olmalarını zorunlu hale getiren bir süreçle karşılaşmaktayız. Kurumların sosyal sorumluluğu'nun alanı toplumun her kesimi için gösterebilmektedir. Kurumların ilişkili olduğu pek çok sorumluluk alanı vardır. Bunlar kurumların toplumsal sorumluluklarının kapsamalarını oluşturmaktadır.

Bu sonuç, kurumsal sosyal sorumluluk alanının ekonomik, sosyal ve toplumsal boyutlarda birçok alanla ilişkili olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Kurumların toplumsal olarak üzerlerine düşen sorumluluğun kapsadığı alanlar;

- Kurum idarecilerinin, sahip ve ortakları ile pay sahiplerine karşı sorumlulukları,
- İstihdam imkânları, konusundaki sorumluluklar,
- Nihai tüketicinin kollanması,
- İş ahlakına sahip olma, haksız ve fazla kazanç sahibi olmaktan kaçınma, rakipleri küçük düşürücü ve kötüleyici tanıtımlardan kaçınma,
- Kişilere karşı duyulan sorumluluklar.

Örgüt içi ve örgüt dışı olarak kurumsal sosyal sorumluluğun kapsamı ikiye ayırabiliriz;

Örgüt içi olarak kurumsal sosyal sorumluluklar; çalışanın işe uyumunu sağlamak, çalışma uygun hale getirmek, adil ücret politikası uygulamak, eğitime önem vermek ve desteklenmek, çalışanların yasal haklarına engel olmamak (dernek, sendika, grev), çalışanlara ayrımcılık yapmamaktır.

Örgüt dışı sorumluluklar; iş ahlakına uygun davranmak, üretilen ürünlerin reklam ve tanıtımını iyi yapmak, nihai tüketiciyi satış sonrası destekler konusunda bilgilendirmek, uygun fiyat politikası belirlemek, çevre kirliliğinin önlenmesinde duyarlı olmaktır.

(Kaya N., 2013)'ya göre Kurumlar açısından kurumsal sosyal sorumluluk kapsam ve sınırlarını belirlemede kullanılan kriterler aşağıdaki gibidir.

- Bütün kurumlar için tek evrensel formül yoktur. Yasal ve düzenleyici gereksinimlerin ötesindeki alanda her kurum, ne yapacağına veya yapamayacağına karar vermelidir.
- Kurum daha çok güçlü bir kar güdüsüne sahip bir ekonomik kurum olarak düşünölmelidir. Kurum finansal teşvikler olmaksızın toplumun ekonomik olmayan hedeflerini karşılamaya alışkın değildir. Bir kurum uzun vadede kar elde etmezse, topluma karşı herhangi bir sorumluluğunu gerçekleştirebilmesine imkân yoktur.
- Kurum uzun vadeli görüş beklentisi içinde olmalı ve geçici olarak net karı azaltabilen sosyal yönde sorumlu olduğu eylemleri uzun vadeli kurum çıkarlarıyla tutarlı bir şekilde yerine getirilmelidir.
- Bir kurum sosyal gücüyle orantılı olarak sosyal sorumluluklara sahiptir. Bu ilişki” Sosyal Sorumluluğun Demir Kanunu” olarak adlandırılır.
- Sosyal sorumluluk kurumların özelliklerine göre farklılık gösterir. Kurumlar hacim, ürünler, rekabetçi stratejiler, üretim süreçleri, pazarlama yöntemleri ve yöneticilerin değerleri ve düşünceleriyle ilişkili olarak farklılık göstermektedir.
- Bireysel olarak bir kurum sadece en iyi şekilde yönetebileceği sosyal sorumlulukları seçmelidir. Geleneksel olarak kurum, görevin minimum bir düzeyde katılım sağlanması halinde daha iyi başarabileceği inancını taşır (Kaya, 2013:6-7).

2.6.1 Ekonomik sorumluluk

Ekonomik sorumluluk; bir kurumun üretken ve kazançlı olma yükümlülüğü olarak tanımlanabilir. Kazanç elde etmek, kurumun toplumsal yönden gayesi olmasa da isteklendirmek için ve kuruma dâhil ortak menfaati olan bireyler açısından öneme sahip bir husustur.

Ayrıca kurumlar esas iktisadi kuruluşlar olarak toplumun talep ettiği mal ve hizmetleri üreterek hissedarların kazançlarını en üst düzeyde tutma durumundadırlar. Kazanç elde etmek kurumlar için hayati önem taşırken kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında ayırıcı bir öge olarak düşünölen finans mevzusu, etik tüketimler, uygulamalar ve diğer etkilediği mevzular ile iç içe geçmektedir.

2.6.2 Yasal sorumluluk

Yasal sorumluluk; kurumlar etkinliklerini gerçekleştirirken yasalara ve denetim kurallarına uygun şekilde hareket etmesidir. İntibak gereken yasalar, nihai tüketiciyi gözeten yasalar, çevreyi gözeten yasalar, denkliği ve emniyeti sağlayan yasalar ile pay sahipleri ile ilgili yasalar hükümet tarafından çıkarılır. Kurumlar bu yasalara uygun etkinlik yapıp yapmadığı yine hükümet tarafından kontrol edilmektedir. Kurumların yasal vergi hesaplarının reel dışı yapılmaması yasal sorumluluklarından kaçınmama doğrudan olmayacak şekilde sorunların çözümüne yardımda bulunma, hükümet ya da onu temsil eden kamu kurumlarına karşı sorumlulukları vardır.

2.6.3 Ahlaki sorumluluk

Ahlaki sorumluluk kurumların yazılı menşesinde yer almayan toplumun düzen ve değerlerine uygun davranış göstermesidir. Kanunlarda yer almasa da toplumca benimsenen ve önem arz eden kurallara kurumların kendilerini uymak zorunda hissettikleri ahlaki zorunluluktur.

Kurumlar topluma karşı doğru ve adaletli hareket ederek topluma zarar vermekten sakınmalıdır. Bir kurumun dürüst ve adaletli olması, atfettiği sözleri yerine getirmesi entrikalı yollarla mal üretmemesi ilk olarak sayılabilecek ahlaki davranışlardır. Ahlaki sorumluluk personeli, müşterileri, toplumu ve pay sahiplerini içine alan çıkar gruplarının düzenlerini ve beklentilerini oluşturur.

2.6.4 Gönüllü sorumluluk

Gönüllü sorumluluk; kurumların tercih ve emellerini bağlı olarak gerçekleştirilen etkinlikleri içermektedir. Bu etkinlikler yasal zeminde zorunlu tutulmamış toplum yönünde kesin bir dille istenmemiştir. Toplum, kurumlardan bu tür etkinlikleri beklemekte fakat buna uygun davranmayan kurumların etik dışı olarak da nitelendirmemektedir.

Sanat ve eğitime yapılan parasal destekler, huzurevi maliklerine yönelik sosyal etkinliklerin düzenlenmesi, hayvan sığınma barınaklarının yapılması gibi baştan sona gönüllü etkinlikler örnek olarak gösterilebilir.

Kurumsal sosyal sorumluluk modelinin en üstünde Hayırseverlik, sorumluluğu yer almaktadır.

Kurumlar gönüllülük sorumluluğu ile sanat, eğitim, toplum şuuru ve toplum sorunlarını çözümüne yönelik uygulamalar yapmaktadır. Kurumlar bunu yaparken zamanı uygun ve iktisadi kullanarak topluma, ülkesine ve dünyaya faydalı işler yapmak gayesindedir.

2.7 Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Etki Alanları

Toplumsal katkı sağlamaya yönelik ve hangi toplumsal ihtiyaçlar üzerinde yoğunlaşmanın daha doğru olduğu üst düzey yöneticilerin ve iletişimcilerin zaman harcadığı konulardır. Bu konuda kurumlara uyarlanmış reçetelerden bahsetmek olası değildir. Kurumlar kendi kurum prensiplerine göre kurumsal sosyal sorumluluk uygulama alanlarını belirlemektedir.

Kurumlar günümüzde doğal çevreyi korumak, yeni çevreci, kaliteli, güvenilir ürünler tasarlamak ve sunmak, personelin hak ve özgürlüklerini korumak, yeni iş imkânları sağlamak, kanun ve yönetmeliklere uygun davranmak, haksız rekabet gibi çok sayıda konuyla ilgili kanuni ahlaki ve finansal yükümlülüklerle maruz kalırlar.

Günü birlik yapılan sosyal aktivitelerin sosyal sorumluluk kampanyası olmadığını bilen kurum uzun vadeli olarak düşündükleri sosyal sorumluluk projelerini uygulama alanlarını çok iyi bir şekilde belirlemesi ve uzun soluklu olan bu süreci çok iyi değerlendirmesi gerektiğini bilir.

Kurum, topluma kendini en iyi bir şekilde tanıttacağı politikalarını belirlerken; kurum sahiplerinin, yöneticilerin, halkla ilişkiler uzmanlarının da görüşlerini alarak destek verecekleri alanları belirlemeli ve bu doğrultuda faaliyete geçmelidir. Kurumlar sosyal sorumluluk projelerini eğitimden kültüre, sanattan çevreye, çevreden sağlığa, sağlıktan sosyal haklara kadar pek çok alanda düzenleyebilirler (Aydınalp, 2013:106).

Kurumun faaliyet gösterdiği çevre ve çevre insanına kişisel çıkarı öğretmekten çok, yardımda bulunması bir fedakârlık değil büyük ölçüde o yörenin fayda sağlayabileceği bir şeydir. Dostça ilişkilerin olduğu bir toplumda faaliyet yapabilen bir şirketin bu durumdan faydalanabileceği bazı hususlar vardır. Kurumsal sosyal sorumluluk genellikle şu öğeleri içerir:

- Teşebbüs: Teşebbüs ve teşebbüs sahiplerinin sayısını arttırmak için girişim ve girişim sahiplerinin sayısını arttırmak için girişimleri ve girişimcileri desteklemek,
- Eğitim: Gençlerin yaşamlarına yeni ufuklar getirmeye çalışmak,
- Sanat ve kültür: Bir dizi sanatsal faaliyete yardım sağlamak,
- Çevre; Yaşam kalitesini arttırmak ve çevre güvenliğini sağlamak amacıyla her türlü çevresel çabaları desteklemek.

Bir kurumun sosyal sorumluluk alanına giren konular doğanın korunmasından, kuruluşun çalışanlarının birer araç olmaktan ziyade birer amaç olarak değerlendirilerek onlara karşı saygı gösteren bir anlayışın geliştirilmesine, çalışanların haklarının korunmasına, kurumun devlete karşı olan sorumluluklarını yerine getirmesine, toplumun eğitim, sanat ve kültürel bakımdan gelişmesine katkıda bulunmasına, kurumun tüm faaliyetlerinin açıklık ilkesine dayanılarak yapılmasına ve bunların toplumun dürüstçe duyurulmasına kadar uzanan bir alanı kapsamaktadır.

Bunların yanında kirliliğin azaltılması, kirliliğin önlenmesi, gürültü kontrolü atıkların değerlendirilmesi, reklamlarda dürüstlük, satılan ürün ya da hizmetle ilgili belirli bir süreyi kapsayan garanti gibi konuları da kapsamaktadır.

Kurumun kar amacının yanında kurumun faaliyetlerini sürdürürken çevreyle ilişkilerini daha olumlu hale getirmek ve sosyal bakımdan sorumlu kararlar alarak faaliyette bulunduğu çevreye sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarda katkıda bulunmayı amaçladığını görmekteyiz (Okay, 2007:511).

2.7.1 Tüketicilere karşı sosyal sorumluluk

Tüketiciler, kurumların yüz yüze buldukları ana sosyal konulardan biri haline gelmiştir. Rekabetin yoğunlaştığı günümüzde, iletişim teknolojisinin de gelişmesi ile birlikte firmaların, ürün çeşitliliğinden pazarlama ve tanıtım yöntemlerine kadar tüm faaliyetlerinde müşteri olgusunu ön plana çıkarmış ve faaliyetlerini de müşteri odaklı olarak gerçekleştirmeye başlamıştır. Ekonomiye mal ve hizmet üreten birimler olarak kurumlar mevcut ve muhtemelen müşterilerinin gereksinimlerini karşılayacak kaliteli mal ve hizmet üretme sorumluluğunu taşımaktadırlar. Bu da kaliteyi korumakla ve geliştirmekle mümkün olabilir.

4822 Sayılı Kanun'la Değişik 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK)'nın 3. maddesinde tüketici şu şekilde tanımlanmaktadır: Tüketici, bir mal ve hizmeti ticari ve mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişiyi ifade eder. 1980'li yıllardan itibaren ekonomik hayatta kendinden her alanda söz ettiren kalite kavramının temelinde yatan da müşteri diye tabir edilen tüketici unsurudur. Özellikle kurumların rekabet gücünü arttıran unsur, müşteri taleplerini sıfır hata ile karşılayabilmektir. Müşteri tatmini önceliklidir, çünkü:

- Kurumların temel amacı müşteri oluşturmak ve müşteriyi kurumla ilişki halinde tutmaktır. (Sadakat)
- Müşteri oluşturmak ve tutmak/ tutabilmek için işletme pazar koşulları içinde değer yaratmak zorundadır.
- Müşteriye uygun fiyatta değer sunabilmek için üstün performans sergileyerek kurum yatırımcıları kendisine çekebilmektir.
- Müşteriler rekabet unsurunun olmadığı devirlerde üreticinin üretimi ne ise onu alırdı. Çünkü alternatif üreticiler yoktu. Bugün ise birçok malda seçme ve rekabet olanağının bulunması, tüketicinin kendini korumasına imkân sağlamaktadır. Müşteriler ürün ve hizmetlerin daha kalitelisini daha ucuza, istediği şartlarda satın almak ister, buna karşılık kurumlar de daha değişik, daha kaliteli, daha ekonomik ürün sunma yarışında müşterilere karşı sorumluluklarının bilincinde olarak ve bunu uygulayarak rekabet ederler. Bugün üretimin ve verimliliğin ulaştığı aşama baş döndürücü büyüklüktedir. Aynı gereksinmeyi karşılayacak yüzlerce değişik markada benzer ambalajlarda ürünler bulunmaktadır. Tüketici bunlardan hangisinin kendi sağlığına ve kesesine uygun olduğunu tespit edecek bilgiye sahip olamayabilir. Burada devreye tüketici hakları girmektedir (Korkmaz, 2009:48).

2.7.2 Çevreye karşı sosyal sorumluluk

Sosyal sorumluluk alanlarından olan ve içinde yaşanılan çevreye karşı kuruluşların saygılı olmalarını ve bu doğrultuda uygulamalarda bulunmalarını beklemeleri kaçınılmazdır. Kurumların doğal çevreye karşı sorumlulukları Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi konferansı Stockholm Deklarasyonu'nda "hürriyet, eşitlik ve yeterli yaşam koşulları sağlayan onurlu ve refah içinde bir çevrede her insanın temel

hakkıdır. Bugünkü ve gelecek nesiller için çevreyi korumak ve geliştirmek herkesin ortak sorumluluğudur” şeklinde belirtmiştir (Başer, 2015:21).

Toplum açısından değerlendirildiğinde, temiz ve sağlıklı bir çevre toplumun taviz veremeyeceği bir konudur. Havası, denizi, gölü, toprağı, yolu kötü kullanılan, kirletilen veya çirkinleştirilen bir çevrede hedef kitle olarak toplumun sağlıklı olması ve mutlu yaşayabilmesi imkânsızdır. Atıklarıyla çevreyi kirletmeyen, gürültü kirliliğine yol açmayan, ürettikleri ürün ya da hizmetle toplumu zarara uğratmayan kurumlar çağa uygun ve sorumluluk bilinciyle hareket eden kurumlardır.

Kurumlar tarafından çevrenin ele alınması ise, oluşan kirliliğin temizlenmesi, kirliliği engellemek için yöntemler geliştirilmesi, gürültünün kontrol edilmesi, endüstrinin dengeli bir şekilde dağılımı, kullanılan alanların kontrolünün sağlanması, atık ürünlerin yeniden kazandırılıp kullanılması şeklinde değerlendirilmektedir. Artık daha fazla kuruluş ve örgüt topluma karşı olan sorumluluklarını kabul etmektedirler (Akdağ, 2007:215).

2.7.3 Yatırımcılara karşı sosyal sorumluluk

Kurumlar sermaye sahiplerine karşı temel sorumlulukları arasında, onların çıkarlarını maksimize etmek en başta gelir. Ortaklar,” maksimum kar elde etmeye uğraşmanın yanı sıra kurumun sürekliliğinin sağlanması, topluma hizmet, kaliteli mal ve hizmet üretilmesi, istihdamın sürekli kılınması, yeni iş olanaklarının yaratılması ve iyi bir ücret politikasının uygulanması” gibi beklentiler içine girebilir. Kurumların finansal durumlarının açıklanması ve sağlam verilere dayanması bu kuruluşların iyi bir muhasebe organizasyonlarının varlığı ile olur (Canatan, 2009:32).

Kurumlar kurumsal sosyal sorumluluk kavramı gereği aldıkları kararlar ile kendi menfaatlerini değil aynı zamanda hissedarlarının da menfaatlerini düşünmek durumundadırlar. Paydaşların, kuruluştan en mühim beklentisi kendileri için kazanç elde etmesidir.

Bunula birlikte yöneticilerin, kurumların yatırımcılarına karşı esas sorumluluğu kazanç elde etmek olmakla birlikte kurumların büyümesi ve halka açılması çok sayıda paydaşın varlığını ortaya çıkarmıştır. Yatırımcılar koydukları varlıkların bir getirisi olarak en yüksek meblağda kazanç getiren kurum olarak değerlendirilmektedir. Bu manada karlılığın yanında saydam olmak, kurumla alakalı bilgileri paylaşmak, kurumların yatırımcılara karşı sorumluluğu haline gelmiştir.

Kurumlar kısa, orta, uzun vadede yatırımcıların beklediği gibi iyi bir kazanç sağlamak için çalışmalarına devam etmeli, gerçekleştirdiği çalışmaları yıllık raporlamalı, hesap hareketlerinin düzenli tutulmasına önem vermeli açık ve ayrıntılı bir şekilde paylaşarak yatırımcılarına fırsat eşitliği sunmak zorundadır.

2.7.4 Topluma karşı sosyal sorumluluk

Kurumlar topluma yönelik çalışmalarından hem kuruluşun yararı hem de çevrede bulunan kişi ve kurumların yararı bulunmaktadır. Aynı zamanda kurumların gösterdikleri sosyal sorumluluk bilinci sadece kendi içlerinde oluşturdukları bir durum değildir. Sosyal sorumluluk uygulamalarıyla kurumlar topluma kendilerini gösterme ve anlatma imkânı da bulabilmektedir.

Topluma kendilerini göstermek isteyen kurumlar tarafından, siyasi otorite veya kamu çevreleri olarak adlandırılan kurum dışı hedef kitle, kurumun her zaman ilgilendikleri ve sorumlu buldukları bir kitledir. Kurumlar tarafından, yasal düzenlemelerin takip edilmesi ve uygulamaların bu çerçevede şekillenmesi yasal hareket etmelerini sağlayacaktır. Aslında sosyal sorumluluk yasaların ötesinde kurumların tamamen gönüllülük esasına göre hareket etmesiyle ortaya çıkmaktadır. Yoksa sosyal sorumluluklar, yasalarla veya hükümet tarafından yapılan düzenlemelerle sosyal zorunluluklar olmaktadır. Önemli olan kurumların, toplumun ihtiyaç beklentilerinin farkında olması ve yarar sağlayacak öneri ve çalışmalarla hedef kitlelerinin karşısına çıkmasıdır (Akdağ, 2007:207-228).

3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIM VE MODELLERİ

3.1 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk birçok kurumda uygulanmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk tarihi bir süreçten geçerek bu duruma gelmiştir.

Öncelikle kurumsal sosyal sorumluluğun sanayileşme sürecine etkilerinin önemli noktalara gelmesi kurumların toplum içindeki tutumlarının incelenmesini sağlamıştır. Bu durumda, kurumların kurumsal sosyal sorumluluk değerleri önem kazanmıştır.

Akademik çevrelerin teorik gelişimi de bu gelişmelere paralel olarak, toplumsal çevre ve sosyal sorumluluğu birçok modelle ele almaktadır (Çalışkan, 2010:10).

Klasik sosyal sorumluluk anlayışı, kurumların, örgütsel amaçların dışında başka herhangi bir yükümlülüklerinin olmadığı düşüncesine dayanmaktadır. Bu anlayışa göre verimli çalışarak kar elde eden şirket, aynı zamanda sosyal sorumluluğu da yerine getirmiş sayılmaktadır (Ak, 2016:8).

Mal ve hizmet üreten kurumlar, toplumsal sistemi oluşturan temel kurumlardan birisi olarak kabul edilmektedir. Sanayileşme sürecine katkılarının önemli boyutlara erişmesi, kurumların toplum içindeki rollerinin daha etraflıca incelenmesine yol açmış, bu yönelişle birlikte kurumların sosyal sorumluluk değerleri ön plana çıkmıştır (Top, 2008:98).

Kurumsal sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimini incelendiğinde gizli el yaklaşımı, devletçi yaklaşım ve yönetişimci yaklaşım olmak üzere üç önemli sosyal sorumluluk bakış açısı olduğu görülmektedir.

3.1.1 Gizli el yaklaşımı

Gizli el yaklaşımını savunanların, yani klasiklerin başında gelen isim Milton Friedman'dır. Friedman; şirketlerin tek sorumluluğunun pay sahiplerine karşı olduğunu söyler. Kurumların topluma karşı bir sorumluluğunu olmadığını savunur.

Temel çıkış noktası Friedman olsa da, bu yaklaşım kaynağını 18. Yüzyıl ekonomisti Adam Smith' den almaktadır (İbişoğlu, 2007:5).

Bu yaklaşım, kaynağını Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" isimli eserin de ifade ettiği görüşlere dayandırmaktadır. Smith, her bir işletme yöneticisinin bireysel olarak kendi çıkarının peşinde koştuğunda girişimcilik" Görünmez El" kavramı ile her kesime yarar sağlayarak toplumsal faydanın da artacağını ifade etmiştir. Buna göre bireyler ve kurumlar kendi kişisel çıkarları için çaba harcarken, harekete geçirdiği kuvvet (Görünmez El) bir bütün olarak toplumsal gelişime fayda sağlamış olacaktır. Bu anlayış, fiyat mekanizması ile üretim faktörlerinin rasyonel biçimde oluşacaklarını, bu suretle toplum refahını arttırabileceği varsayımından hareket ederek ekonomiye karışmanın gereksizliğini ileri sürmektedir (Top, 2008:99).

3.1.2 Devletçi yaklaşım

Devlet açısından sosyal sorumluluk, kurumların yasaların varlığında kar araştırmalarındaki rollerini ifade etmektedir. Toplumun ilgili taraflarına, yasal ve politik süreçlerle yapılan düzenlemelerle, gizli bir elin vereceği hizmetten daha iyi hizmet verileceği ifade edilmektedir. Böylece kurum faaliyetlerinin istenmeyen olumsuz etkileri yasalarla düzenlenecektir (İbişoğlu, 2007:6).

Toplum düzenleyici ve karar alıcı güç olan devlet işletmenin tüm varlığını ve faaliyetlerini etkilemektedir. Ancak günümüzde öyle güçlü kurumlar vardır ki alacağı kararlarla devleti etkileyebilmektedir. Devlete ya da onu temsil eden kamu kurumlarına karşı işletmelerin önde gelen sorumlulukları, dürüst bir gelir beyanıyla vergilerin zamanında ve tam olarak verilmesi, devletin yasalarla belirlediği faaliyet alanlarında mal ve hizmet üretmek, toplum çıkarlarını koruyucu tedbirler olan yasalara uymaktır. Genel olarak işletmelerin devletle olan çoğu resmi ilişki belirli sistemlere göre düzenlenmiştir (Korkmaz, 2009:53).

3.1.3 Yönetişimci yaklaşım

Bu yaklaşıma göre ne gizli el ne de devletçi yaklaşım sosyal konularda kurum yöneticilerine (liderlerine) karar vermede esneklik ve rahatlık sağlamaktadır.

Yönetişimci yaklaşım, kurumlar ve yöneticileri tarafından sosyal refahın korunması ve yükseltilmesi için kurumun ekonomik çıkarlarına mümkün olduğu kadar uygun davranışların sergilenmesi beklentisi üzerine kuruludur. Kurumsal sosyal sorumluluk

da bu beklenen davranışlar olarak isimlendirilir. Ekonomik kazançlara ters düşmeden en iyi neyin yapılacağı kararına varılır. Bugün ise kurumlar toplumda var olan bir şahıs olarak dikkate alınmaya başlanmıştır. Bir şahıs hangi haklara ve sorumluluklara sahip ise bir kurumda toplumda benzer haklara ve sorumluluklara sahiptir. Bir şahıstan beklenen sorumluluk davranışları kurumlardan da beklenmektedir.

3.2 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modelleri

Kurumsal sosyal sorumluluk konusu genel olarak yönetim bilimciler tarafından araştırılmış ve konu ile ilgili modeller de iletişim perspektifinden çok yönetim perspektifi etrafında şekillenmiştir (Bir, 2008).

Kurumsal sosyal sorumluluk ile alakalı farklı bakış açıları ve teoriler savunulmuştur. Bu yaklaşımlar savunucuları ve esas hedeflerini aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz (Göçener, 2015).

Çizelge 3.1: KSS Teorilerinin Temel Yaklaşımları, Tanımları ve Savunucuları

Teori Çeşitleri	Yaklaşımlar	Kısa Tanım	Önemli Referanslar
Yardımcı Teoriler (ekonomik hedeflere sosyal faaliyetlerle ulaşmayı hedefler)	Paydaş Değerinin Maksimizasyonu Rekabet Üstünlüğü Stratejileri	Uzun dönem değer maksimizasyonu <ul style="list-style-type: none">• Rekabetçi bağlamda sosyal yatırımlar• Şirketin doğal kaynakları görüşü ve dinamik kapasitesi• Ekonomik piramidinin tabanına yönelik stratejiler	Friedman (1970), Jensen (2000) Porter ve Kramer (2002) Hart (1995), Litz (1996) Prahalad ve Hammond (2002), Hart ve Christensen (2002), Prahalad (2003) Varadarajan ve Menon (1988), Murray ve Montanari (1986)
Siyasi Teoriler (Ticaret gücünün siyasi alanda bilinçli kullanımına odaklanır)	Amaca Yönelik Pazarlama Kurumsal Anayasacılık Bütüncül Sosyal Hizmet Teorisi Tüzel Vatandaşlık	Toplum tarafından kabul görmüş hayırsever faaliyetler pazarlama aracı olarak kullanılır İşletmelerin sosyal sorumlulukları sahip oldukları sosyal güçten ortaya çıkmaktadır. İşletme ve toplum arasında sosyal bir sözleşme olduğunu varsaymaktadır. Şirket toplulukta belirli dahiliyeleri olan bir vatandaş olarak görülmektedir.	Davis (1960,1967) Donaldson ve Dunfee (1994,1999) Wood ve Londgson (2002), Andriof ve McIntosh (2001)

Kaynak: (Göçener, 2015)

Çizelge 3.1 (devam): KSS Teorilerinin Temel Yaklaşımları, Tanımları ve Savunucuları

Teori Çeşitleri	Yaklaşımlar	Kısa Tanım	Önemli Referanslar
Bütüncül Teoriler (sosyal taleplerin bütünleştirilmesine odaklanır)	Sorun Yönetimi	Ciddi etkiye sahip olabilecek sosyal ve siyasal sorunlara kurumsal yanıt süreçleri	Sethi (1975), Ackerman (1973), Jones (1980), Vogel (1986), Wartick ve Mahon (1994)
	Kamu Sorumluluğu	Kanunlar ve mevcut kamu politika süreci sosyal performans için referans alınır.	Preston ve Post (1975,1981)
Etik Teoriler (İyi bir toplum için doğru olana odaklanır)	Paydaş Yönetimi	Şirketin paydaşlarının haklarını dengeler.	Mitchel ve ark. (1997), Agel ve Mitchel (1999), Rowley (1997)
	Kurumsal Sosyal Performans	Sosyal sorunlara uygun yanıt verebilmek için sosyal meşrutiyet ve süreçlerini araştırır.	Carrol (1979), Wartick ve Cochran (1985), Wood (1991b), Swanson (1995)
	Normatif Paydaş Teorisi	Şirketin paydaşlarına yönelik temsil görevleri düşünür. Uygulanışı bazı ahlaki teorilere (Kantçı, Faydacılık, adalet teorileri gibi) referans gerektirir.	Freeman (1984,1994), Evan ve Freeman (1988), Donaldson ve Preston (1995), Freeman ve Philips (2002), Philips ve ark. (2003)
	Evrensel Haklar	Çerçevesel insan hakları, çalışma hakları ve çevreye saygı temelidir.	Küresel Sullivan İlkeleri (1999), BM Küresel İlkeler Sözleşmesi (1999)
	Sürdürülebilir Kalkınma	Günümüz ve gelecek nesilleri düşünerek insani gelişimi başarmayı hedefler.	Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (Brutland Raporu) (1987), Galdwin ve Kennely (1995)
Kamu Yararı	Toplumun tümünün faydasına yöneliktir.	Alford ve Naughton (2002), Mele (2002), Kaku (1997)	

Kaynak: (Göçener, 2015)

Kurumsal sosyal sorumlulukla alakalı çok sayıda modelle teoriler ışığında literatürde rastlamak mümkündür.

Kurumların günümüzde sosyal sorumluluk alanında kabul gören farklı kurumsal sosyal sorumluluk modelleri bulunmaktadır. Bu modellerin esas amacı kurumun kendisinin yanı sıra toplumun refahını koruyan ve iyileştiren önlemleri niçin ve nasıl aldıklarını ve neden sorumluluk sahibi olduklarını tanımlayan varsayımları bir araya getirmektir.

Örnek olarak şu modeller verilebilir. (Seyfi TOP, 2008; 97-110)

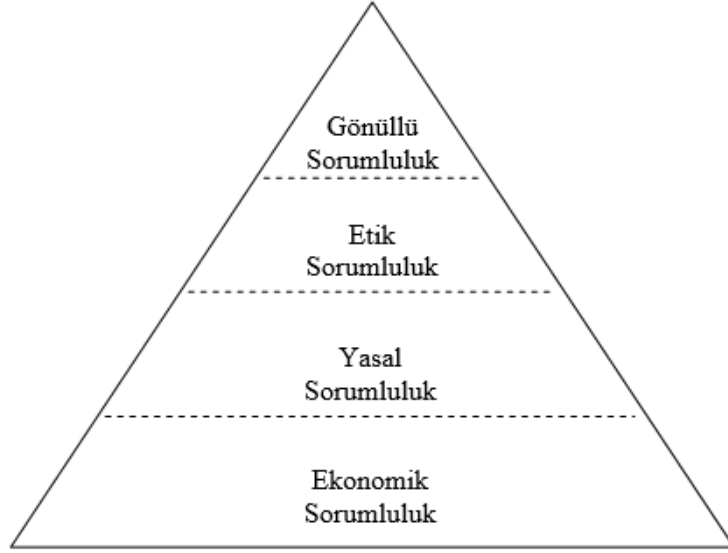
- Beş Aşamalı sosyal sorumluluk modeli (Davis(1967))
- Üç aşamalı sosyal duyarlılık modeli (Robert W.Ackerman(1973))
- Üç aşamalı sosyal sorumluluk modeli (Sethi(1975))
- Dört boyutlu sosyal sorumluluk modeli (Carroll(1979-1991))
- İki boyutlu sosyal sorumluluk modeli (Quazi ve O'Brien(2000))
- Dört boyutlu sosyal sorumluluk modeli (Maignan(2001))
- Sosyal sorumluluk modeli (Wartick ve Cochran)
- Sosyal performans modeli (Wood'un)
- Kurumsal sosyal sorumluluk modeli (Frederick'in)

Çalışmada dikkate alınan modeller; Davis'in Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli, Sethi Üç Aşamalı Sosyal Sorumluluk Modeli Carroll' Dört Boyutlu Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli, Wood'un Sosyal Performans Modeli, Wartick ve Cochran'ın Sosyal duyarlılık Modeli, Preston ve Post'un Bütünleşik Kurumsal Sosyal Sorumluluk Modeli, Kurumsal Sosyal Alanların Sınırlandırılması Modeli incelenmiştir.

3.2.1 Carroll'ın dört boyutlu kurumsal sosyal sorumluluk modeli

Carroll tarafından ortaya konulan dört boyutlu sosyal sorumluluk modeline göre işletmelerin(kurumların) dört sorumluluğu;

- Ekonomik sorumluluk,
- Yasal sorumluluk,
- Etik sorumluluk
- Gönüllü sorumluluk bulunmaktadır (Çalışkan, 2010:17).



Şekil 3.1: Caroll'un Sosyal Sorumluluk Piramidi

Kaynak: (Çeritoğlu, 2011:35)

Dört boyutlu sosyal sorumluluk modeli Caroll'un geliştirmiş olduğu sosyal sorumluluk piramidi olarak da adlandırılmaktadır. Bu piramide göre kuruluşların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin hangi aşamada olduğu idrak edilebilmektedir. Bunlar;

- Ekonomik Sorumluluklar: Piramidin en alt kademesinde yer alan kurumların esas hedefi olan ekonomik sorumluluğu göstermektedir. Uzun vadede kar elde edebilmek kurumun devamlılığı için şart olmaktadır ve kurumdan beklenen sorumlulukları işaret etmektedir. Kurumların ekonomik yükümlülüklerinin ifade edildiği noktalar şu şekildedir.

- Pay sahiplerinin devamlı kazançlarını arttıracak şekilde davranmak.
- Kazanç odaklı olmak.
- Sağlam bir rekabet durumunu koruyabilmek.
- Üstün verimlilikte bir çalışmayı sağlamak.
- Devamlı kazançlı çalışan kurumu başarılı bir kurum olarak kabul etmek.
- Yasal Sorumluluklar; Yasal sorumluluklar ikinci kademe ve yaşam şartlarına uyumu içermektedir. Kurumlar uzun zamanlı varlıklarını koruyabilmek ve güven altına almak için kazanç elde etmekten sonraki şartları kanunlara uygun çalışmalarda bulunmasıdır.

Yasal sorumlulukların başlıkları ise şunlardır.

- Önemli olan kurumların devletin ve yasaların beklentilerine uygun şekilde davranmasıdır.
- Uyulması gereken bölgesel düzenlemelere uymak gereklidir.
- Kurumsal vatandaş olarak kurallara uymak önemlidir.
- Başarılı bir kurum olarak tanımlanmak için yasal sorumlulukları devamlı yerine getirmek önemlidir.
- Asgari yasal zorunlulukları ürün ve hizmet sunumunda en azından sağlanması gereklidir.
- Yasal Sorumluluklar; Kurumlar üzerinde toplumun beklentilerini yansıtan ahlaki sorumluluk ise beklenen sorumluluk alanını oluşturmaktadır.

Aralarında sıkı bir ilişki vardır, sosyal sorumluluk ile ahlaki pazarlamanın tanımına bakıldığında, pazarlamada ahlak, pazarlama etkinlikleri ile toplumun norm ve değerleri arasındaki uyumu gözeten yasal ve moral yükümlülükleridir. Genel pazarlama ahlak kuralları konularak kurumlarda ahlak anlayışlarındaki ve toplumsal duyarlılıklardaki farkları ortadan kaldırmak amaçlanmaktadır. Carroll ahlaki sorumlulukları belirleyen şu tanımları kullanmıştır.

- Kurumlar gerçekleştirecekleri faaliyetlerini toplumsal zorunluluk ve etik normlara uygun hale getirmelidir.
- Yeni veya gelişim göstermiş toplum tarafından kabul gören etik normlara önem vererek tanımak önemlidir.
- Bir kurumun ahlaki ve etik beklentiler doğrultusunda hareket etmesi ile başarılı bir kurumsal yurttaş olarak tanımlanması önemlidir.
- Kurumsal doğruluk ve etik davranışın mutlak konulara uymanın ilerisine geçmesi gerektiği anlaşılmalıdır.
- Gönüllü Sorumluluk; kurumun kendi iradesi ile üstlendiği Carroll in dördüncü ve son basamağı 'Arzu Edilen' yani gönüllü sorumlulukları ifade etmektedir. İyi bir yurttaş olma yönündeki arzusunu dile getirmek adına kurumların kaynaklarını en iyi bir şekilde kamuoyuna sunmaları kendilerini en iyi şekilde göstermeleridir.

Gönüllü sorumlulukla ilgili kriterler aşağıda gibidir.

- Toplumun gönüllülük ve hayırseverlik beklentilerine uygun davranması kurumlar için önem taşımaktadır.
- Görsel ve sahne sanatları desteklenmelidir.
- Bölgesel topluluklar için kurum yöneticisi ve elemanları gönüllü hayırseverlik etkinliklerine katılmalıdır.
- Eğitim kurumlarına kamu ve özel ayrımı yapmadan destek sağlanmalıdır.
- Toplumsal yaşam niteliğini yükseltecek gönüllü projelerin içinde olmak önemli bir esastır.

Carroll'un piramid modelinin en üst basamağını oluşturan gönüllü sorumlulukların zamanla geniş bir biçimde benimsenmesi kurumların sosyal sorumluluk kavramından sosyal duyarlılık kavramına geçiş yaptığı anlamındadır.

Sosyal duyarlılığa ulaşmak için kurumun sosyal sorumluluk piramidinin her basamağındaki yükümlülükleri özümsemesi gerekmektedir. Sadece ekonomik veya etik yükümlülükleri yerine getirerek sosyal duyarlılığa ulaşamayacağını bilmelidir (Çeritoğlu, 2011:34-36).

Carroll'ın dört boyutlu sosyal sorumluluk modelinin yasal sorumluluk boyutunda; kuralları ve bu kurallara uymak gerektiğinin önemi vurgulanmaktadır.

- Etik sorumluluk boyutunda; etik boyut, yasaların ötesinde, toplumsal norm ve beklentilere uygun davranışlar olarak ele alınmaktadır. Gönüllü sosyal sorumluluk boyutunda ise yasal ve etik sorumluluğa bağlı kalmaksızın kurumun bulunduğu çevrede sosyal faaliyetlere katılım sağlamak, gönüllülüğün faaliyetleri ve kurumsal yurttaşlık kavramı ele alınmaktadır.

3.2.2 Davis'in kurumsal sosyal sorumluluk modeli

Genel olarak yönetim bilimciler tarafından araştırılan kurumsal sosyal sorumluluk konusu, konu ile ilgili modellerde iletişim perspektifinden çok yönetim perspektifi etrafında şekillenmiştir. Aşağıda Davis, (Top, 2008,ss.105.106) kurumların hem toplumun refahını, hem de kurumların menfaatlerini koruyan ve yükselten önlemlerin nasıl alındığını 5 varsayım üzerinden açıklamıştır.

- Sosyal Sorumluluk kurumlara emanet edilen sosyal güçten kaynaklanır;

Keith Davis ve Robert Blomstrom” Sorumluluğun Demir Kanunu” olarak ifade ettiği bu ilkelere göre uzun vade de topluma karşı sorumlu bir düşünce tarzıyla ellerindeki gücü toplumun ihtiyaçları doğrultusunda kullanmayan kurumların bu güçlerini zaman geçtikçe kaybedecekleri hususunda uyarılmaktadır. Kurumlar girişimciliklerinin yanı sıra sosyal olarak toplum tarafından güvenilir kurumlar olarak yeni bir rol üstlenmektedir. Üstlendikleri bu temel roller sadece kurum sahiplerini, müşterileri, tedarikçileri veya çalışanları değil toplumun bu konudaki tüm taraflarını da sosyal sorumluluk yükleyen bir davranış olarak görmesinden ileri gelmektedir.

- Toplumsal faaliyetlere açık olması (açık iletişim);

Kurumlar toplumla iletişim halinde, toplumla ilgili faaliyetleri olan ve bu faaliyetler konusunda topluma bilgi veren iki ucu açık bir sistem olarak faaliyet gösteren yapılardır. Kurumlar bu nedenle toplumsal refahın devamı veya iyileştirilmesi için yapılması gerekli olan faaliyetlerle ilgili olarak toplumsal çevrenin temsilcileriyle iletişime istekli olmalıdırlar. Kurumlar toplumun sosyal ihtiyaç ve gereksinimlerine cevap verebilmeli ve sosyal sorunlara hassasiyetle ilgilenmelidir.

- Sosyal sorumlulukların oluşturacağı maliyetler;

Kurumlar sosyal sorumluluk projeleri hakkında karar verirken öncelikle yaptıkları faaliyetler sonucunda ortaya çıkardıkları ürün ve hizmetleri kendilerine getirecek kazanç ve bununla birlikte sosyal problemlerinde maliyetlerini hesaplamalı ve buna göre karar vermelidir.

Sosyal sorumluluk projeleri için karar verme- gerçekleştirme kurum içi maliyeti de birlikte getirecektir. Burada esas konu oluşan maliyetlerin sosyal bir faydadan daha ağır olup olmayacağı konusudur.

- Sosyal sorumluluklar kullanıcılar tarafından karşılanır;

Kurumların yaptığı faaliyetlerden dolayı ortaya çıkan sosyal maliyetlerin ürün ve hizmetle alakalı olarak dolaylı yollardan müşteriye yansıtılması düşüncesine dayandırılmaktadır. Kurumlar ilave bir ekonomik bir yarar sağlayamayacağını değerlendirdiği sosyal sorumluluk etkinliklerinin tamamını finanse etmesinin gereksiz olduğu şeklinde değerlendirir. Kurumlar kendilerine toplumsal açıdan yarar

sağlayacak etkinliklerin giderlerini doğrudan alakalı olan mal ve hizmetin maliyetine dolaylı olarak müşteriye yansıtılmasını ileri sürmektedir.

- Tüzel kişilik olarak kurumun sosyal sorumlulukları;

Kurumları kendileri ile doğrudan alakalı olmayan sosyal bir problemi gidermek için yetkin kişilere sahip olması durumunda problemi gidermek için topluma yardımcı olmalıdır. Kurumların problemi gidermek asli görevi olmadığı beyan edilmekle beraber tüzel kişilik olarak kurumların etkinlik alanlarının dışında kalan birtakım sosyal problemlerle ilgilenme sorumluluğunun da ifade edilmektedir. Kurumlar böylece sosyal refahı arttırılmış bir toplumdan zamanla toplumun bir ferdi olduğu için artan ölçüde yarar sağlamış olacaktır.

3.2.3 Sosyal performans modeli

Kurumlar 80'li yıllardan itibaren nitel boyut içeren çevre ve sosyal politika uygulamalarının oluşturduğu değeri rakamsal olarak ölçmeye yönelik araştırmalar yapmıştır. Bu kapsamda kurumsal sosyal performans bir ölçüm aracı olarak kullanılmıştır (Çeritoğlu, 2011:30).

Sosyal yönden duyarlı olan organizasyonların sosyal performansı önemseyeceği mantığına dayanan bir yöntem olan sosyal performans modeli toplumun değişen beklentilerinin analiz edilerek sosyal beklentilerine yanıt verebilmek için sistematik bir yaklaşım belirlemeyi, sosyal problemlere uygun çözümleri geliştirmeyi ifade edebilen sosyal performans kavramıdır.

Sosyal sorumluluğu üç aşamada ele alan model hedef, uygulama ve strateji açısından değerlendirilmiştir. Sosyal sorumluluğun tanımı ilk aşamada yapılmaktadır.

Kurumların sosyal sorumluluğunu toplumun kurum beklentilerinin bir bütünü olarak tanımlar. Bu etapta kurum önceden kabul edilmiş ekonomik, etik ve yasal beklentilerine kendilerini yorumlama biçiminin bir dördüncü öge olarak eklendiği görülmektedir.

Benimseyenler açısından bu ilave modelde kurum kendi menfaatleri yanında iş yaşantısının yükümlülüklerinin arttığını sosyalleşen bir ekonominin olduğunu toplumun refahını korumada ve gelişmesinde önemli sorumluluklara sahip olduğu kabul edilmektedir.

Sosyal sorumluluğun uygulama alanlarının belirlenmesi ile ilgili olan ikinci aşama da bunlar ise oldukça geniş bir anlam ifade etmektedir. Ekonomik kaynakların etkin kullanımı, iş etiği, fiyat politikalarının verimliliği, kaliteli mal ve hizmet üretiminden, çocuklar için kreş açmaya, fiyatlandırmadan devlete vergi vermeye kadar oldukça geniş alanı kapsamaktadır.

Sosyal sorumlulukta alanları belirlerken kurumlar kendi konumlarını korumanın esas olduğu ve bu konumların koruma ve sürdürmeye yönelik planlarla doğrudan alakalı olduğunu anımsamak durumundadır.

Sosyal sorumluluk stratejilerinin belirlenmesi üzerinde durduğu üçüncü aşama ise yeni davranışların geliştirilmesini yeni yaklaşımların öğrenilmesi yeni politika ve hareket çerçevesinde strateji belirlerken aynı zamanda karşı karşıya kalmış oldukları problemlerin çözümünde nasıl bir tutum şekli belirlediklerini ortaya koymuş olmaktadır (Çalışkan, 2010:13-14).

3.2.4 Sosyal duyarlılık modeli

1970’li yılların ortasından itibaren kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımını tanımlayan bir anlayışla kurumsal sosyal duyarlılık araştırma konusu olmuştur. Burada da birinci yaklaşımdaki gibi toplum ile kurum arasındaki bağlantı ele alınmaktadır. Yalnızca burada yapılan çalışmalar ötekine göre daha çok kurum uygulamalarına yoğunlaşmıştır. Kurumların ayrıca sosyal çevreleri üzerinden aktif belirleyici rol üstlenmesi söz konusudur.

Duyarlılık kavramı tanımda da yer alan kurumların hissedarları ile toplumsal siyasi konularda geleceğe dönük hareket etmeleri anlamına gelmektedir.

Frederick’e göre kurumsal sosyal duyarlılık, kurumsal sosyal sorumluluğa göre daha neticeye yönelik uygulama odaklıdır. Daha çok kurumların tecrübeleri neticesi ortaya çıkmaktadır. Kurumsal sosyal duyarlılık ile paydaş-paydaş yaklaşımının birbiri ile örtüştüğünü ve her kurumun uzun ömürlü olabilmek için sadece bireysel değil çevre ile de etkileşim için de olması gerekmektedir.

Kurumsal sosyal duyarlılık bir kurumun kazanç sağlamak doğrultusunda devam ettirdiği faaliyetleri sırasındaki karar ve davranışları nihayetinde etkilenebilecek olan çevrenin durumlarının dikkate alınması olarak açıklanmaktadır. Yazarlara göre kurumsal sosyal duyarlılık herhangi bir dış zorlama olmaksızın kurumların kendiliğinden inisiyatif göstererek dışardan oluşabilecek maliyetleri eksiltici

önlemler almasını ve hissedarları muhafaza edici önlemleri yürürlüğe koymasını ifade etmektedir (Çeritoğlu, 2011:40).

Kurumların sosyal gayretlerinin esas amacının sorumluluk değil duyarlılık olması gerektiğini ileri süren micro düzeydeki kuramcı Robert W. Ackerman'dır.

Kurumların sosyal sorunlara ilişkin tepki geliştirmede genellikle üç aşamadan geçme eğiliminde olduklarını ifade eden Ackerman ve Bauner tarafından geliştirilen sosyal duyarlılık modeline kurumların sosyal olarak nasıl tepki gösterdikleri ve nasıl içsel hassasiyet gösterdiği üç aşama ile temsil edilmektedir.

Bu aşamalar;

- **Politika Aşaması;** Bu aşamada kurumun yöneticileri sorunu öğrenir. Ancak bu aşamada kimse kurumdan sorunu çözmesini beklememektedir. Yapılacak işlem üst kademedeki yetkilinin kurumun konu ile alakalı görüşlerini yazarak başkalarına ileterek eylemde bulunur.

Kurum açısından önemli olan ise etkinlikte bulunduğu ve ihtiyaçlarını karşıladığı çevresini dikkate alması gerektiğine inanmasıdır. Bu aşamaya bilinçlilik aşaması da denilmektedir.

- **Öğrenme Aşaması;** Kurum bu aşamada sosyal sorunlarla ilgilendiği incelediği ve çözüm bulmak için kurumun deneyimli eleman çalıştırdığı veya bazen de dışardan uzmanlarla bağlantı kurmaya çalıştığı gözlemlenmektedir. Toplumsal sorunların çözümünü yerine getirmeye söz veren kurumun bu aşamasına Bağlantı Kurma aşaması denilmektedir. Kurum bu aşamada bir sorunu nasıl çözeceği ve yeni bir politikayı nasıl oluşturacağı konusunda teknik yardım almalıdır. İki yönlü öğrenme gereklidir. Birincisi uzmanlığa dayalı öğrenme; kurum yöneticisi elemanlarına öneride bulunmak yol göstermek için sosyo- teknik bir uzman işe almalıdır. İkincisi; yönetici düzeyinde ise elemanların sosyal sorunlarla başa çıkabilmeleri için gerekli olan bilgileri yeni sistemler ve politikalar hakkında bilgili olan ve tüm çalışmalarını yürüten bir idareciler tarafından verilmektedir.

- **Örgütsel Yükümlülük;** Bu aşama eylem aşaması olarak ifade edilen üst yönetimin sorunların çözümü için harekete geçtiği aşamadır. Yönetim bu sürecin zaman alacağı duyarlı anlayışının bir süreç işi olduğunu ifade eder. Ackerman idarecilerin sorunları bir yaşam döngüsü dahilinde ele alarak yüksek düzeyde yönetsel etkinlik sağlayabileceklerini ve böylece sosyal duyarlılık artışına örgütsel

sadakat ve performans isteklerini değiştirme konusunda çözümlerin çok önemli olduğunu ifade etmektedir.

3.2.5 Üç aşamalı Kurumsal sosyal sorumluluk modeli

Sosyal sorumluluğun gelişim süreci içerisinde ele alınan üç aşamalı kurumsal sosyal sorumluluk modelinin aşamaları;

- Müteveli yönetimi (maksimal),
- Karı maksimize etme yönetimi,
- Yaşam kalitesi yönetimi dir.
- Müteveli Yönetimi:

Bu aşama toplum ve kurumların yapısal değişim geçirdiği 1920 ile 1930 seneleri temsil etmektedir.

Bu yıllarda anapara tabana yayılmaya başlamış, kurumun tek gayesinin kar elde etmek olmadığı, (ilişki) bağıllık içinde olduğu şahıslar ve toplumun beklentilerini de karşılayıp varlığını bu biçimde sürdürmesi gerektiği görüşü hâkim olmaya başlamıştır.

Kurumların ve toplumun yapısal değişim geçirdiği dönemi ifade etmektedir bu aşama.

Müteveli yaklaşımı çoğulcu (plüralist) toplum realitesinin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir.

Çoğulcu (plüralist) toplum yapısı özerk ve yarı özerk grupların sahip olduğu kuvveti birbirlerinin üzerinde kullanmadan dolaylı ve doğrudan olarak birbirlerinin karşılıklı ilişkilerini etkilemelerini ve etkilerini sağlayan bir durum yaratmaktadır. Söz konusu yapı içerisinde yer alan kurumun bu nedenle dış çevresinde büyüyen grupların istem ve arzularından etkilenmesi ve bu grupları kendi performansı ile etkilemesi söz konusudur.

Çalışanlarına, yönetim ortaklarına, kendisine destek veren kişi ve topluluklara, tüketicilere ve topluma karşı müteveli yönetimi sorumludur.

Çevre ve kurum ilişkilerinde sorumlulukların ortaya çıkışında müteveli yönetimi bir açılım yaratmıştır.

- Karı Maksimize Etme Yönetimi

Bu modelin ilk aşamasını oluşturan anlayış, 19. Yüzyılın sonlarında 20. Yüzyılın başlarında geçerli olmaya başlanmıştır. Karı en yüksek seviyeye çıkarmak olan bu yaklaşımda yönetimin gayesi kanuni sınırlar çerçevesinde bu işi yapmaktır.

Sadece ekonomik büyümenin hedeflendiği bu dönemde karı maksimize eden kurumun sorumluluklarını yerine getirdiği düşünülmüştür.

- Yaşam Kalitesi yönetimi

Sosyal hedeflerin değişimini dikkate alan bir yaklaşım olarak bu aşama karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşım toplumdaki sosyal hedeflerin değişimini dikkate almaktadır. Kurumlar etkin bir yapının parçası olarak değerlendirilmiş ve kurumların varlığını devam ettirebilmesi, ilerleyebilmesi, başarı kazanması için topluma uyum sağlamaları ve en iyi hizmeti vermeleri gerekliliği ortaya çıkan bir süreç olmuştur.

Sosyal sorumluluk fikri, yaşam standarttı ile yaşam kalitesi, yönetim aşamasında eş anlamda tutulmuştur (Bir, 2008:81-82).

3.2.6 Preston ve Post'un bütünleşik kurumsal sosyal sorumluluk modeli

Kurumların yavaş davrandığı konuların başında herhangi sosyal bir probleme tepki vermektir. 1960'lı yılların sonlarına kadar birçok sosyal eyleminin kurumların sadece devlet tarafından özendirilirse sosyal problemlerle alakadar olabileceği kanaatini çıkarmış olması gerçekten şaşkınlık vericidir.

Lee Preston ve James Post kurum hassasiyeti kavramına dair makro bakış biçimi ile ilk nihai rapordan birini ortaya koymuştur. Preston ve Post ortaya koydukları modellerle kurum ve toplumun iki farklı şekilde birbirlerini etkilediğini ileri sürer.

Bu iki farklı durum; kurumların birincil ilişkileri: Bir kurum ile alıcılar, iş görenler, pay sahipleri ve ödünç verenler gibi piyasa eğilimli olanlar arasında karşılıklı yakınlıktır.

Kurumun ikincil ilişkileri: sosyal problemlere sebep olduğunda bir kurum ile yasal ve etik gibi toplumun pazar eğilimli olmayan taraflar arasında karşılıklı yakınlık olarak ifade etmektedirler (Kaya, 2013).

Bu model Ackermanın sosyal duyarlılık modelinin bir devamı veya tamamlayıcısı olarak algılanabilir (Özüpek, 2013:84).

3.2.7 Kurumsal sosyal sorumluluk alanlarının sınırlandırılması modeli

Hay, Gray ve Cates tarafından ortaya atılan modelde üç temel ilke yer almaktadır.

Birinci ilkeye göre kurum sermaye sahiplerinin sosyal çevre ile ilgili olan bağlarında ortaya çıkabilecek sosyal problemlerin farkında olmalıdır. İkinci ilkeye kurumun toplumdaki bu problemlerin analizinde kurum yöneticileri olarak sorumlu olduğunun bilincindedir. Üçüncü ilke ise kurum yöneticilerinin elindeki tüm kaynakları karşılaştıkları problemlerin çözümü için kullanmaya isteklidirler. Bu yaklaşım yazarların da ifade ettiği gibi farkındalık, bilinçlilik, istek ve kararlılık olarak ifade edilir.

Kurumu oluşturan iç çevre çalışan elemanların kendi aralarında birbirleri ile olan bağlarını dikkate alarak araç gereçlerle birlikte sistemli bir yapı ve sağlam bir bütünü oluşturmalı ve kurumun hedeflerine uygun çıkar çatışmalarına yol açacak şekilde düzenlenmesi gerekir.

Kurumun sosyal çevrelerini tanınması meydana gelen gelişmelerin, değişimin takip edilmesi ve bunlarla ilgili öngöründe bulunması dış sistemi dolaylı ya da doğrudan etkileyen etkenlere göre düzenleme yapılmasıdır. Olarak ifade edilir.

Kurum çıkarları ile toplumsal çıkarlar kargaşa yerine arabuluculuğa yönelik davranışlar sosyal sorumluluk dâhilinde değerlendirilir (Kaya, 2013:22).

Medya üretim şekilleri açısından değerlendirilen bu değişimlerde kültürel gelişme kurumlarının” kurum çıkarları” ile ”toplumsal çıkarlar” çatışma yerine uzlaştırmaya yönelik görevleri sosyal sorumluluk dahilinde değerlendirilir.

Ana çevre ise; aynı gruba dahil olan bağımsız kurumlar arasındaki ilişkilerin, kurum-sendika ilişkisi etnik ve dini grupların yeri gibi ilişkilerinin düzenlediği çevredir.

Bu yaklaşım kurumların her üç çevresiyle olan karşılıklı etkileşimi doğrultusunda değişen şartlar ve etkilerine yönelik sosyal sorumlulukları olduğunun bilinmesinin ve bunların gönüllü olarak yapılmasının kurumun varlık amacına da hizmet edeceği sonucu vurgulanmaktadır (Özüpek, 2013:79-80).

3.2.8 Sethi'nin kurumsal sosyal sorumluluk modeli

Sethi'de (1975), pazar etkenlerine dayalı alternatif bir sosyal sorumluluk modeli geliştirmiştir. Sosyal sorumluluk davranışlarına yönelik varsayımlarını üç aşamalı bir model ile tanımlamaya çalışmıştır. Modelin üç aşaması;

- Sosyal zorunluluk; Piyasa mekanizması ile yasal kısıtlamalara cevaben sergilenen bu davranışlar, kurumların sosyal sorumluluk yükümlülüklerini oluşturmaktadır.
- Sosyal sorumluluk; toplumun çağdaş değerleri, normları ve beklentilerini karşılamaya yönelik olarak gerçekleştirilen bir uygulamadır.

Kurumsal davranışların, toplumun değer yargıları ve beklentileri ile aynı düzeye çıkarılmasını sosyal sorumlulukların bir gereğidir.

- Sosyal yanıtlayıcılık; kurum yönetimi, sosyal sorunları önceden görebilmek ve sorunlara karşı çözümleyici tedbirleri geliştirmek durumundadır.

Kurumlardan istenen, toplumun ileride oluşturacağı beklentileri öngörmesi ve olası toplumsal sorunları engelleyici veya çözümleyici sosyal davranış biçimlerini tasarlaması beklenmektedir (Top, 2008:107).

3.3 Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Karşı Görüşler

Kurumsal sosyal sorumluluğun kurumlara olabilecek olumsuz etkileri;

Kaynakları sosyal sorumluluk programlarına yönlendirmek piyasanın rekabetçi unsurlarına uymaz ve hisse sahiplerini maddi kardan yoksun bırakır kurumların kuruluş amacı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmek değildir. Kurumun amacı karını en yüksek noktaya çıkarmaktır. Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları ekonomik rantabiliteyi azaltmaktadır.

Sosyal problemler hemen çözülecek problemler değil, zamana yayılarak serbest piyasa ekonomisi işleyişi ile çözümlenecek problemlerdir. Bu sebeple tüm kurumların amaç ve görevleri arasında kurumsal sosyal sorumlulukla ilgilenmek sayılamaz.

Piyasa ekonomisinin temel özelliklerinden biri olan görünmez el ilkesi, kurumsal sosyal sorumluluk açısından eleştirilmektedir. Kapitalist sistemde bireylerin kendi iradeleri ve istekleri dışında topluma fayda sağlayacak sonuçlar yaratmaları

görünmez el ilkesi olarak kabul edilir. Kurum sosyal hedeflere öncelik verirse kar hedeflerini ve pazar kontrolünü kaybeder.

Kurumlar gerçekleştirdikleri sosyal hareketlerin bedelini sattıkları ürün ya da hizmetin fiyatına yansıtmaktadır. Toplumun da bu hizmetler karşılığında daha yüksek bedeller ödediğini bazı araştırmalar kanıtlamıştır. Kurumlar açısından kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları maliyet olabilir. Uluslararası pazarda yer alan kurumlar sosyal programların bedelini ürünlerinin fiyatına yansıtacağı için maliyet yüklenmeyen diğer uluslararası kurumlarla rekabette dezavantajlı duruma düşer ve pazarlarını kaybedebilirler. Ayrıca bazı pay sahipleri kurumlardan yatırımlarını çekebilir. Bu sebeple kurumlar kazançlı olabilecek yatırımlardan vazgeçebilir.

Kurumların kurumsal sosyal sorunları analiz etmek için bilgi, tecrübe ve yetenekleri uygun olmadığı gibi bu sorunları etkili bir şekilde çözümlenecek eğitimli eleman ve yeteneklerden eksik olabilir.

Kurumların kurumsal sosyal sorumluluklarla meşgul olması verimliliğini etkilediği gibi esas olan misyonlarından uzaklaştırmaktadır.

Sosyal kontrol ve hesap verme sisteminin yetersiz olması toplum ve kurum açısından karmaşık sosyal beklentiler de maliyetli olabilir.

Sadece tanıtım amaçlı yapılan kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları halkı aldatmaya yönelikse bunun farkına varılması kurumun itibarına zarar verebilir (Taşlıyan, 2012:39).

4. VAKA ÇALIŞMASI: İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ VE KOÇ ÜNİVERSİTESİ'NİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMLARI

4.1 Araştırma Konusu

Sanayi Devrimi sonrası ortaya çıkan ve özellikle 20. Yüzyılda yaygınlaşan sosyal sorumluluk, birçok akademik çalışmaya da konu olmuştur. Özellikle neoliberal politikaların yaygınlaştığı bir dünyada sosyal sorunlar artmakta ve derinleşmektedir. Kar amaçlı kuruluşların topluma borçlarını ödemek gayesiyle ortaya çıkan sosyal sorumluluk anlayışı 20. yy.'ın son çeyreğinde sivil toplum kuruluşlarına ve toplumsal hizmeti önceleyen kurum ve kuruluşlarda hâkim olmuştur. Topluma hizmet amacıyla kurulan yükseköğrenim kurumları da artık öğrenim ve araştırma hizmetlerinin yanında sosyal sorumluluk anlayışıyla toplumsal sorunlara ilgi göstermekte ve projeler gerçekleştirmektedir.

Çalışmanın konusu Türkiye'de yüksek öğrenim faaliyetlerinde bulunan İstanbul Aydın Üniversitesi ve Koç Üniversitesi sosyal sorumluluk anlayışlarının karşılaştırmalı incelemesidir.

İstanbul Aydın Üniversitesi 2003 yılında kurulan Anadolu Bil Meslek Yüksekokulunun 2007 yılındaki kararla 10 yıllık süreçte ciddi atılımlar gerçekleştirmiş ve Türkiye'nin en büyük vakıf üniversitesi olmayı başarmıştır.

Koç Üniversitesi, Türkiye'nin en büyük sermaye grubu Koç Grup tarafından kurulan Koç Vakfı altında 1993(2) yılında kurulmuştur. Koç grubu kurumsallık kültürüne sahip bir sermaye grubu olarak bilinir. Koç Üniversitesi de bu kültürü taşıdığı çalışmada var sayılmıştır. Ayrıca bugüne kadar Türkiye'de birçok sosyal sorumluluk projesini gerçekleştirmiştir. Bu deneyimini de üniversiteye taşımış olabileceği çalışma kapsamında varsayılmıştır.

4.2 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışmada Türkiye’de Vakıf üniversitelerinin çevre ve çocuga yönelik sosyal sorumluluk projeleri bağlamında sosyal sorumluluk anlayışlarını İstanbul Aydın Üniversitesi ve Koç Üniversitesi örnekleminde incelenmesi; yapılan incelemeyle Vakıf üniversitelerin sosyal sorumluluk anlayışlarının üstün ve eksik yönlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Ayrıca çalışma üniversitelerin sosyal sorumluluk anlayışları üzerine az sayıda bilimsel çalışma bulunması dolayısıyla alana da katkı sağlayacak niteliktedir. Örnekleme olarak seçilen iki vakıf üniversitesinin çevre ve çocuk odaklı 2015-2018 yılları arasındaki sosyal sorumluluk projeleri günümüzde var olan ve kabul gören sosyal sorumluluk modellerine göre karşılaştırmalı incelenmiştir.

4.3 Araştırmanın Varsayımları

- Dünyada ve Türkiye’de son yıllarda yaygınlaşan sosyal sorumluluk projeleri topluma hizmet faaliyetleri kapsamında vakıf üniversiteleri tarafından da yürütülmektedir.
- Türkiye’de Koç Grubundan söz edildiğinde ilk akla gelen olgu kurumsallaşmadır. Koç Vakfı tarafından kurulan Koç Üniversitesine de bu birikim taşındığı düşünülmektedir ve böyle bir birikime sahip Koç Üniversitesinin kurumsal sosyal sorumluluk projeleri için etkin bir örgütlenme gerçekleştirdiği düşünülmektedir.
- Öğrenci sayısı bakımından Türkiye’nin en büyük vakıf üniversitesi özelliğini taşıyan İstanbul Aydın Üniversitesi agresif bir halkla ilişkiler ve tanıtım çalışması yürütmektedir. Bu bağlamda kurumsal itibarın inşasında önemli bir işlevi olan sosyal sorumluluk projelerine önem verdiği düşünülmektedir.
- Üniversiteler kar amacı gütmeyen kuruluşlar olması dolayısıyla sosyal sorumluluk projelerini gönüllülük esasıyla – özellikle öğrencilerin etkin katılımının gerçekleştiği öğrenci kulüpleri kanalıyla – yürütmektedir.
- Üniversitelerin temel amaçlarından birinin topluma hizmet olması dolayısıyla üniversiteler sosyal sorumluluk projelerini yürütürken herhangi bir kar amacı gütmemektedir.

4.4 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yükseköğrenim faaliyetinde bulunan vakıf üniversiteleri oluşturmaktadır. Örneklem olarak çalışma kapsamında Türkiye’nin en büyük vakıf üniversitesi (toplam öğrenci sayısı bakımından) İstanbul Aydın Üniversitesi ve Türkiye’nin en köklü sermaye grubu Koç Grubu tarafından kurulan Koç Üniversitesi seçilmiştir. Üniversitelerin sosyal sorumluluk anlayışlarını ortaya koyabilmek adına iki üniversitenin 2015 – 2018 yılları arasında yürüttüğü çevre ve çocuk temalı sosyal sorumluluk projeleri vaka olarak seçilip incelenmiştir. İnceleme Davis’in sosyal sorumluluk modeline göre gerçekleştirilmiş ve vaka analizini gerçekleştirebilmek için her iki kurumun yürüttüğü projelerle ilgili veriler toplanmış, ayrıca İAÜ’de sosyal sorumluluk projelerini yürüten ÇEVŞÜR Kulübü başkanı Büşra YAR ve öğrenci kulüplerinin bağlı öğrenci dekanı İsmail ÇAKIT’la derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Koç Üniversitesinden ise Arzum KOPŞAN’la e-posta yoluyla mülakat gerçekleştirilmiştir.

4.5 İstanbul Aydın Üniversitesi ve Koç Üniversitesi Kurum Profilleri ve Sosyal Sorumluluk Anlayışları

İstanbul Aydın Üniversitesi Türkiye’nin öğrenci sayısı bakımından en büyük vakıf üniversitesidir. Koç Üniversitesi de en büyük sermaye gruplarından biri tarafından kurulmuştur. Her iki üniversitenin sosyal sorumluluk anlayışlarını ortaya koymadan önceden kurum profili üzerinde durulması gerekir. Bu bağlamda öncelikle İstanbul Aydın Üniversitesi kurum profili daha sonra da Koç Üniversitesi kurum profili ortaya konulmaktadır.

4.5.1 İstanbul Aydın Üniversitesi kurum profili

İstanbul Aydın Üniversitesi 18.05.2007 tarihinde, 26526 nolu Resmi Gazetede yayınlanmış 5656 sayılı kanununun 73. nolu ek maddesine göre, Anadolu Eğitim ve Kültür Vakfı (AKEV) tarafından ulusal ve uluslararası düzeyde aranılan nitelikli insan gücünü yetiştirmek amacıyla kurulmuştur. Doğrudan Yükseköğretim Kurulu’na bağlı olarak 2003 yılında Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu adıyla kurulan Türkiye'nin ilk vakıf meslek yüksekokuludur. İstanbul Aydın Üniversitesinin kuruluşuyla birlikte, her iki kuruluş da aynı çatı altında birleşerek ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim vermeye başlamıştır. Hem İstanbul Aydın Üniversitesi hem de

Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulunun temeli, Anadolu Eğitim ve Kültür Vakfına dayanmaktadır (AKEV). 2007 yılında İstanbul Aydın Üniversitesi kuruluşunu tamamlayarak 12 Fakülte, 2 Yüksekokul, 3 Meslek Yüksekokulu ve 3 Enstitü ile yükseköğretimde bugünkü yerini almıştır.

İstanbul Aydın Üniversitesi halen Florya ve Bahçelievler kampüslerinde faaliyet göstermektedir (Üniversitemiz, 2019).

4.5.2 İstanbul Aydın Üniversitesi sosyal sorumluluk anlayışı

Bu çalışma kapsamında derinlemesine görüşme yapılan Sağlık Kültür ve Spor (SKS) Daire Başkanı Öğr. Gör. İsmail ÇAKIT, kurumun sosyal sorumluluk anlayışıyla ilgili olarak, gerçekleştirilen tüm etkinliklerin, öğrencilerin üniversite içinde sosyal bireyler olarak toplumsal yaşama uyum sağlamalarına yardımcı olmak adına, arkadaş grupları ile ortak çalışma- üretme ve sosyal kaynaşma ile” Üniversitede Yaşam İçin Öğrenme” ediminin amaçlandığını belirtmiştir.

Bu amaç ile kurumun öncelikli hedefinin, yapılan tüm etkinlikler ve düzenlemeler ve bu çalışmalara katılımdaki artışı her geçen gün arttırmak olduğunu ifade eden İAÜ SKS Daire Başkanı Çakıt;

“Amacımız yapılan çalışmalarda aidiyet duygusunun geliştirilmesi ve öğrencilerimizin yetenekleri, ilgileri doğrultusunda birden fazla kulübe üye olmalarını, kişisel gelişimlerine ve sosyal gelişimlerine katkı sağlamak üniversitemizin birinci hedeflerindedir.

Öğrencilerimizin arkadaşları ile birlikte yapacakları kulüp çalışmalarında aktif görev alarak milli değerlerine bağlı, üretken ve yaratıcı bir ortam oluşturularak kendilerini ilgi ve yetenekleri doğrultusunda ifade ederek ilerde yaşamlarına dair önemli eğitim hedefleri olarak görülmüş ve öğrenciler bu konuda desteklenmiştir.

Üniversitemizce öğrencilerimiz yaşam için öğrenme sürecinde yürütülen tüm çalışmalarda desteklemiştir ve desteklemeye devam edecektir. Öğrencilerimize kendi organizasyonlarının genç ve enerjik yapısının gerektirdiği ve onların yüksek kapasitelerini ifade etmekte çalışmalarına katkıda bulunacak etkinlikleri organize etmeleri ve hayata geçirmelerini, İstanbul Aydın Üniversitesi yönetimi olarak yönetmekten çok yol göstererek hem bütçe hem lojistik anlamında destekleyerek bu uygulamaların hayata geçirilmesinin takibi konusu da devam eden bir süreçtir.

Bizi biz yapan değerlerimizi koruyan üniversiteli olma şansına sahip gençlerimizim sosyal sorumluluk bilincine sahip dünyada ve ülkemizde meydana gelen sosyal, kültürel ve toplumsal problemler karşısında duyarlı analitik düşünebilen bireyler yetiştirmek maksadı ile üniversitemizde etkinlikler düzenlenmektedir.

Yapılan kulüp çalışmaları ile öğrencilerimizin bilinçlerini yükseltmeyi yaşayarak öğrenmesi adına öğrenci kulüplerinin çalışmaları desteklenmiş ve 245 kültürel etkinlik 27 sportif faaliyet hayata geçirilmiştir.

Öğrenci kulüp çalışmaları ile yapılan;

- *Öğrencilerimizin ilgi duyduğu konularda yapmak istediği faaliyetler için sosyal çevre ve alanlarda tecrübe kazandırmak ve daha üretken olmaları için destek sağlamak,*
- *Öğrencilerimize Dünya ve ülkemize yararlı olacak analitik düşünebilen tecrübe ve kazanım elde etmeleri için uygun ortam ve şartları sağlamak,*
- *Tüm sosyal ve Akademik yaşamlarında tanıtım ve rehberlik çalışmaları sunmak,*
- *Bireyin gelişimine destek olacak sadece akademik olarak değil sosyal ve psikolojik açıdan kültürel ve yaşam becerilerinin gelişimine destek olacak etkinlikleri birlikte planlamak,*
- *Öğrencilere “Üniversite için değil yaşam için eğitim önemlidir” bakış açısını benimsetmek,*
- *Akademik ortamın oluşturduğu fazla stres ve monotonluktan uzaklaştırmak için serbest zaman aktivitelerine destek sağlamak,*
- *Geleceğe umutla bakan, milli değerlere bağlı mutlu ve başarılı bireyler olarak öğrencilerimizin yetiştirilmesi hedeflenmiştir.”*

İstanbul Aydın Üniversitesi kurumsal sorumluluk ilkelerini konunun idari, personel ve tüm paydaşları için önemini ve önceliğini vurgulamaktadır. İstanbul Aydın Üniversitesi sahip olduğu gerçek değerlerin ve ilkelerinin bir parçası olarak bütün çalışmalarında sosyal sorumluluk bilinciyle davranması idari esas ve değişmez unsurlarından biri olarak kabul etmektedir. Sosyal sorumluluk anlayışı ve bu konudaki öncelikleri toplum ve çevre için en iyi olanı dikkate alma olarak belirlenir. Demokrasinin insan haklarının ve çevrenin korunmasına yönelik çalışmaları ile öncü rol almaya özen göstermektedir.

İstanbul Aydın Üniversitesi kurumsal sosyal sorumluluk ilkelerinin sürdürülebilir gelişmesinin olmazsa olmazları arasında yer aldığına inanmaktadır. Eğitimden spora. Çevreden sanata pek çok alanda sosyal sorumluluk ve sponsorluk çalışmaları ile üniversite içinde yaşadığı topluma değer sağlamayı temel sorumluluk alanların biri olarak görmektedir.

İstanbul Aydın Üniversitesinin sosyal sorumluluk çalışmalarında esas aldığı temel ilkeler şunlardır:

- İnsan Hakları; İnsan haklarına saygılı zorla insan çalıştırma ve kaçakçılığına karşı her kişiye eşit ve adil davranır. Türkiye ve çalışma yaptığı ülkelerin kültürlerine yasal düzenlemelerine uygun davranır.

- Kurum içinde çalışanlar arasında dil, ırk, cinsiyet, siyasi düşünce, din, mezhep, yaş, fiziksel engel ve benzeri nedenler ile ayrımcılık yapılmasını kabul etmez. İstanbul Aydın üniversitesi olarak tüm çalışanlarının insana yakışır uygun çalışma şartlarında sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışma hakkı olduğuna inanır. Çalışanlarının değerli olduğunu güvenliğini sağlamak ve korumak en önemli hedefleri olduğunu belirtir.

- İnsan kaynaklarının sürdürülebilir en önemli unsur olduğuna inanarak çalışanlarının özlük haklarının tam ve doğru şekilde kullanılmasını sağlar. Çalışanlarına dürüst ve adil yaklaşarak ayrımcı olmayan güvenli ve sağlıklı bir çalışma ortamı sunmaktadır.

- Çalışma koşulları: Çocuk işçi çalıştırılmasının önlenmesi; Çocuk işçi üretimin hiçbir aşamasında çalıştırılmaz firmalar ILO uygulamalarını çocukların çalıştırılması konusunda yaş sınırlamasına uymak zorundadır. Bu yaş sınırlaması zorunlu eğitim süresi sonunda çocuğun eriştiği yaşın altında olmamalı ve hiçbir durumda 15 yaşın altında olmaması gerekmektedir. Ancak daha az gelişmiş ülkelerde düşük yaş sınırlaması geçerli olabilmektedir, bu da 14 yaş ile sınırlıdır.

- Ücretler ve Sosyal Hizmetler, Çalışma Saatleri; Ücretler ve sosyal hizmetler, asgari ücret, fazla mesai ve kanunlarla zorunlu tutulan sosyal hizmetler konularında geçerli temel ilkelere uygun olarak belirlenmektedir. Fazla mesainin yalnızca çalışanın gönüllü olduğu durumlarda yapılmalı ve birbirini takip eden 6 iş gününden sonra çalışana en az 1 gün tatil hakkı tanınmalıdır.

- Özgürce Çalışma Hakkı; Zorla çalıştırılmak ya da zorunlu çalıştırılmak yasaktır. Çalışanlar uygun bir zaman dilimi dâhilin de iş sözleşmesini feshetme hakkına sahip olmalıdır.

- Sağlık ve Güvenlik; Kurum yasalar çerçevesinde iş yerlerinde çalışanların güvenliğini sağlar ve sağlığını korur iş ortamını iyileştirmek için çalışmalar yapar.

- İş Etiği: Yolsuzlukla Mücadele; Tüm çalışmalarında ilişkilerinde dürüstlük beklenir. Yolsuzluğun rüşvetin şantajın ve suiistimalin her türlü yasaktır.

- Ayrımcılık Yasağı; Çalışanlarına kesinlikle ayrımcılık uygulaması yapmaz. Buna kişilerin cinsiyeti, ırk, ait olduğu toplumsal grubu, rengi, özü, bağlı olduğu sendika, siyasi görüş, kökeni dini, yaşı, hamileliği nedeni ile dezavantajlı duruma düşürmekte dâhildir.

- Çevre; Her türlü çalışmalarından doğacak çevresel etkileri sorumluluk bilinci ile yönetir. İstanbul Aydın Üniversitesi yasal yükümlülüklerin ötesinde en iyi çevresel çözümleri uygulayarak ve çevre dostu teknolojilerin gelişmesine yayılmasına yardımcı olarak çevre bilincini arttıracak her türlü girişime destek sağlamaktadır.

- Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarından tüm yönetici ve çalışanlar da sorumludur (Sosyal Sorumluluk Politikası, 2019).

4.5.3 Koç Üniversitesi kurum profili

Koç Üniversitesi, kâr amacı gütmeyen bir vakıf üniversitesidir. 1993 yılında İstinye'de bulunan geçici kampüsünde eğitime başlayan Koç Üniversitesi, 2000 yılında Rumeli Feneri'ndeki daimi kampüsüne taşınmıştır.

1969 yılındaki kuruluşundan bugüne yaşamın en temel gereksinimleri olan eğitim, sağlık ve kültür alanlarında yoğun faaliyet gösteren Vehbi Koç Vakfı (VKV), Sadberk Hanım Müzesi, Atatürk Kitaplığı, Koç Özel Lisesi gibi önemli yatırımlardan sonra, merhum Vehbi Koç'un üniversite hayalini gerçekleştirmek üzere harekete geçmiştir.

Vehbi Koç, "Sermaye bulunur, makine alınır, teknoloji transfer edilir; fakat iyi eğitilmiş insan gücü yoksa netice almak zordur..." sözleri ile eğitilmiş gençlerin yetişmesine ne derece önem verdiğini ortaya koymuştur. Bu nedenlerle, Koç Üniversitesi, bir "Mükemmeliyet Merkezi" çatısı altında 'nitelikli uzman-nitelikli

insan' bütünlüğünü sağlamak üzere, tüm öğrencilerine genel kültür müfredatını sunmayı, kaynaklarının önemli bir kısmının eğitime ve bilimsel araştırma-geliştirmeye ayırmayı ve lider karakterli, sorunlara çözümler üretme becerisine sahip gençler yetiştirmeyi ilke edinmiştir.

Vehbi Koç'un Koç Üniversitesi'nin 4 Ekim 1993 tarihindeki ilk dersinde dile getirdiği gibi "Koç Üniversitesi'nin amacı, sıradan olmayan gençlerin iyi yetiştirilmelerini sağlamaktır. Onların yeterli sayıda olmaları ve hak ettikleri liderlik noktalarına gelmeleri sonucu, ülkemizin geleceği güvence altına alınmış olacaktır... Ne kadar çok kaliteli insan yetiştirebilirsek, memlekete o nispette hizmet etmiş olacağız..."

Koç Üniversitesi, açılışından bu yana geçen yıllar içerisinde Türkiye'nin en gözde üniversitelerinden biri konumuna gelmiştir. Bugün İnsani Bilimler ve Edebiyat, İktisadi ve İdari Bilimler, Fen, Mühendislik, Hukuk, Tıp ve Hemşirelik Fakülteleri ile eğitime hizmet etmekte olan Koç Üniversitesi 22 lisans, 29 yüksek lisans ve 25 doktora programı ile Türkiye'de ve dünyada bilimin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Tarihçe, 2019).

4.5.4 Koç Üniversitesi sosyal sorumluluk anlayışı

Koç üniversitesi sosyal sorumluluk projelerini daha çok gönüllü faaliyetleri olarak yürütmektedir ve bu faaliyetlerinde sosyal yardımlaşmanın önemini vurgulamakta, ekonomik ve çevresel faydaya odaklanmaktadır. Bir başka ifade ile Koç Üniversitesinin sosyal sorumluluk anlayışının ekonomik ve çevresel fayda odaklı olduğu ve sosyal yardımlaşmayı önemli gördüğü söylenebilir. Bu anlayışı kurumsallaştırmak ve paydaşları arasında yaygınlaştırabilmek için hem kurumsal olarak hem de öğretim üyeleri ve öğrencilerinin inisiyatifinde gerçekleştirilen birçok projeyi yürütmektedir Bu projelerden bazıları şöyledir.

- Koç Üniversitesi Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı(UNDP) İşbirliği: Koç Üniversitesi bölgesel büyüyen kapsayıcı(GİM) piyasalar girişimi kapsamında UNDP Türkiye ile ortak çalışmalarına öncülük yapmıştır. Sorumlu yönetim eğitimi ilkelerinde(SYEİ) söz sahibi olarak bütünleştirici piyasaların akademisyenler arasında tanıtılmasında etkin bir rol üstlenmektedir.

- Çevreye duyarlı uygulamalar: Çevreye karşı sorumluluklarının bilincinde olan Koç Üniversitesi daima gelecek nesillere temiz yaşanabilir bir çevre bırakmayı

amaç edinmiştir. Kaynak kullanımını fayda sağlayacak düzeyde tutarak tüketim yöntemlerindeki değişikliklerle zararlı atıkların mümkün olduğunca azaltmak üretim ve kullanım sürecinde daha az olumsuz etkiye sahip geri dönüşümü olan ürünleri öncelikli olarak tercih etmek çevre konusundaki prensiplerindedir.

- Sosyal gelişime yönelik etkinlikler: Akademik bilgi birikimi ve gücünü toplumsal sorunların çözümüne vakfetmekte olan Koç Üniversitesi bu doğrultuda farklı konularda sosyal gelişim ve iyileşme sağlayacak çalışmalar yapmaktadır. Bunlar;

- Koç Üniversitesi-Kyoto Üniversitesi işbirliği; Uluslararası İnovatif ve Sürdürülebilir Gelişim Sempozyumu Koç Üniversitesinin ev sahipliğiyle gerçekleşen sempozyum süresince hem iş dünyasından hem de akademik dünyadan seçkin liderler gelişimin en efektif şekilde nasıl sağlanacağını tartışmak üzere bilgilerini paylaşmışlardır.
- Yeşil bilgi platformu “Sorumluluk Şimdi” konferansı; Koç Bilgi Grubu şirketleri, Yeşil Bilgi Platformu ile Koç Üniversitesi dünya çevre günü ve çevre koruma haftasına gündemine paralel olarak ”kaynaklar tükenmeden sorumluluk şimdi” konulu bir çevre konferansı düzenlemiştir. İş ve ekonomi dünyasının liderleri, akademisyenler sivil toplum kuruluşları, sanatçı ve gazetecilerin katıldığı konferansta ekonomik akademik ve sosyal olmak üzere üç ayrı oturum gerçekleşmiştir.
- Eğitimde en iyi uygulamaların paylaşımı: Türkiye genelinde eğitimde mükemmelliğe erişebilmek ve en iyi uygulamaların paylaşımını teşvik etmek amacı ile Koç Üniversitesi, lise müdürlerine ve rehber öğretmenlere yönelik bir etkinlik düzenlemiştir.

Koç Üniversitesi öğrencilerinin oluşturduğu Koç Üniversitesi Gönüllüleri 2001 yılından bu yana öğrenci etkinlikleri gönüllü projeler ofisine bağlı olarak çalışmaktadır. İstanbulun çeşitli bölgelerinde ve Türkiye genelinde pek çok proje geliştirmiş ve başta bulunmuştur.

Koç gönüllüleri öğrenci olmasının getirdiği enerji ile sivil toplum kuruluşu disiplinini birleştirerek toplumun her kesimine ulaşması ve gönüllülük anlayışını üniversite içinde yayılmasını amaç edinmiştir.

İnsan kaynağı bulma, proje oluşturma planlama kurum ve kuruluşlar arası iletişim kurma anlamında hedefler doğrultusunda ilerlese de koç gönüllüleri organizasyonlarının daha geniş kitlelere ulaşması için gerekli finansal desteğin ancak ülkemizin sosyal sorumluluk projelerine önem veren işletmeler tarafından sağlanabileceğine inanmaktadır.

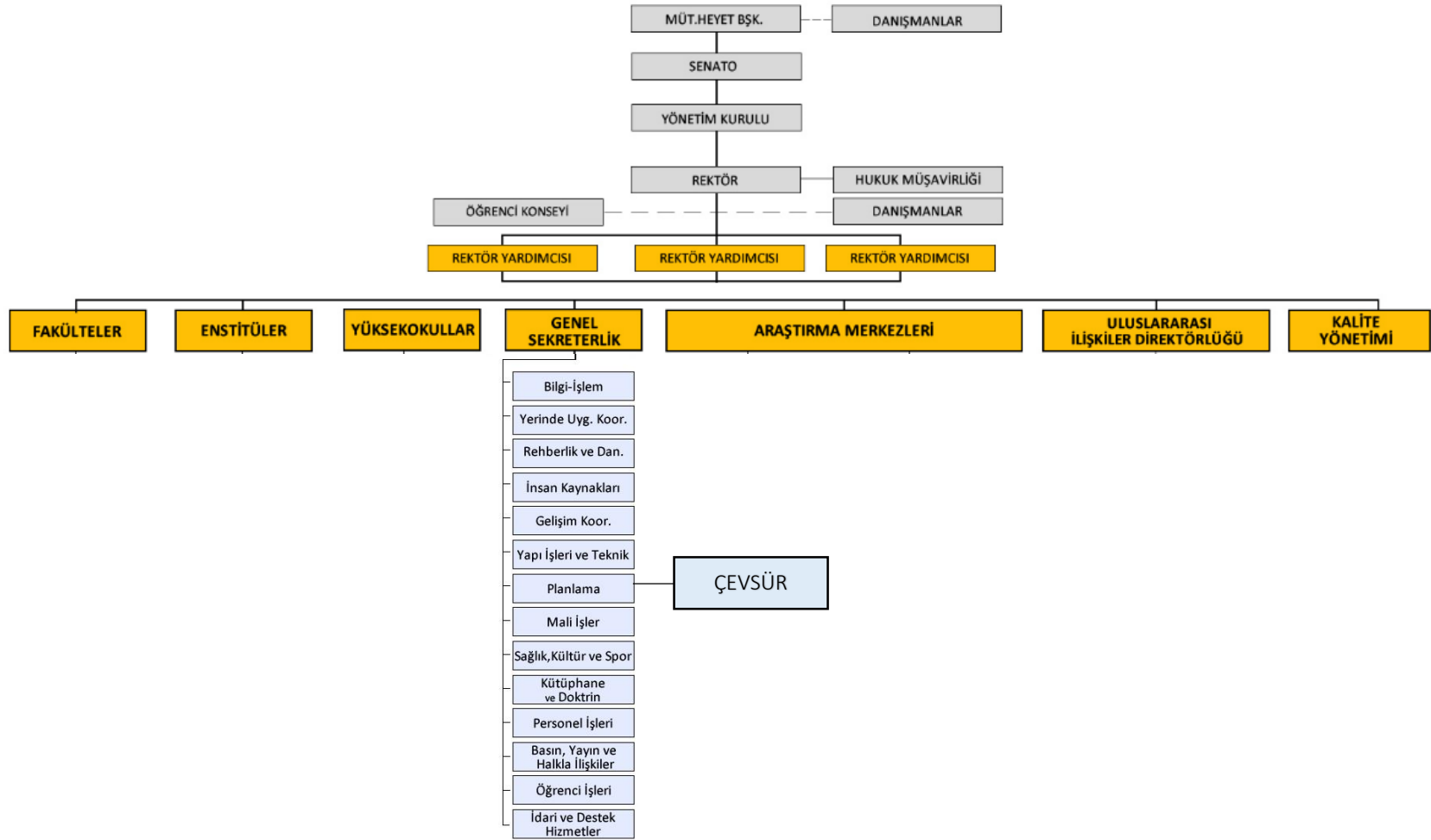
4.6 İAÜ ve Koç Üniversitesi Sosyal Sorumluluk Projeleri

Çalışmanın bu bölümünde araştırma örneklemini oluşturan iki üniversitenin 2015 - 2018 yılları arasından gerçekleştirdiği çocuk ve çevre temalı sosyal sorumluluk projeleri incelenmektedir.

4.6.1 İAÜ sosyal sorumluluk projeleri

Kurumsal tanıtımlarında en çok tercih edilen ve en fazla öğrenciye sahip vakıf üniversitesi olduğu vurgularını kullanan İstanbul Aydın Üniversitesi'nde sosyal sorumluluk projelerinde öne çıkan Çevre ve Sürdürülebilir Kampüs Kulübü (ÇEVSÜR) üniversitenin organizasyon şemasına göre Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı (SKS)'na bağlı öğrenci kulübü olarak faaliyetlerini yürütmektedir. Kulübe katılım (üyelik) gönüllülük esaslıdır. Ayrıca İAÜ SKS öğrenci kulüpleri yönetmeliğine de tabiidir.

Rektörlüğe bağlı birim olarak SKS'nin misyonu; üniversitenin sosyal, kültürel ve sportif faaliyetlerin sayısını ve niteliğini artırmak, öğrenci kulüp ve topluluklarına sağlanan hizmet kalitesinde ilerlemeyi sağlamaktır.



Şekil 4.1: İstanbul Aydın Üniversitesi Kurum Organizasyon Şeması

Yukarıda da belirtildiği gibi, İstanbul Aydın Üniversitesi, kurumsal sosyal sorumluluk projelerini ÇEVŞÜR bünyesinde gerçekleştirmektedir.

İstanbul Aydın Üniversitesi vizyonuna uygun olarak sosyal sorumluluk projelerini gerçekleştirmek üzere 2012 yılında kurulan ÇEVŞÜR (Çevre ve Sürdürülebilir Kampüs Kulübü), yaşanabilir ve sürdürülebilir bir gelecek için çevre sorunlarında hiçbir taraf olmadan yaratıcı, yenilikçi bunların yanında çalışkan ve kararlı bir tutum ile her aşamada toplumsal farkındalığı sağlayacak projeler üretmek amacıyla kurulmuş bir üniversite kulübüdür (ÇEVŞÜR Tüzüğü, 2013:1).

ÇEVŞÜR kurulduğu günden bu yana tüzüğünde belirlemiş olduğu amacına uygun olarak her yıl nisan ayında EKOFEST adı altında bir çevre festivali düzenlemektedir. Festivalin amacı; standlar, atölye çalışmaları, film gösterimleri ve konferanslar ile kampüste çevre bilincini arttırmaktır.

ÇEVŞÜR, 2015-2018 yılları arasında; Yırca Köyü Kütüphane Projesi, Yedikule Hayvan Barınağı Projesi, Çocuklara Doğa Eğitimi Projesi, Tebessüm Kahvesi Buluşma Sosyal Sorumluluk Projesi, Vegan Menü Sosyal farkındalık projesi, Kadıköy Moda Sahil temizliği farkındalık yaratma projelerini gerçekleştirmiştir. Hayata geçirilen tüm projeler doğa, çevre ve çocuk eğitimi ile ilgilidir.

İstanbul Aydın Üniversitesi ÇEVŞÜR Kulübü, Yırca Köyü'ne Kütüphane Projesi adı altında gelir kaynakları düşen kadınlara kütüphane kurmak amacıyla bir kampanya yürütmüştür.

Çizelge 4.1: Yırca Köyü'ne Kütüphane Projesi.

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Yırca Köyü'ne kütüphane yapılması	2018	ÇEVŞÜR	Yeni İnsan Yayinevi	Yırca Köyü Halkı	Gelir kaynakları düşen kadınlara kütüphane kurmak.	Yırca Köyü'nde bulunan 30 çocuk. Sosyal girişimde çalışan kadınlar.

Manisa şehri Soma ilçesine bağlı Yırca köyünde 20 kişiden oluşan Yırca Hanımeli Kadın Topluluğu, köylerinde kesilen zeytin ağaçlarından dolayı gelir kaynakları düşünce bir topluluk kurarak sabun ve mum yaparak geçimlerini sağlamaya başlamışlardır. Bu topluluk, köyde bir kadın kahvehanesi açarak, çalışmalarını

burada sürdürmektedirler. Çevsür üyeleri de Yırcalı kadınlara destek olmak amacıyla, bu kahvehanenin içinde kütüphane kurmayı amaçlamışlardır. İstanbul Aydın Üniversitesi Florya kampüsünde kampanya başlatarak “Yırca’da kütüphane kuruyoruz. Siz de bir kitap getirin” sloganıyla öğrencilerden kitap toplayabilmek için destek istemişlerdir. Gereken sayıda kitaba ulaşabilmek için ise, Yeni İnsan Yayınevi ile bağlantı kurmuşlardır. Ayrıca, köyde yaşayan 30 çocuk için Kulüp bütçesi ile İş Bankası Yayınları’ndan çocuk kitabı alarak destek olmuşlardır.

Çizelge 4.2: Yedikule Hayvan Barınağı Temizlik ve Bakım Projesi.

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Yedikule Hayvan Barınağı temizlik ve bakım projesi	2016	ÇEVŞÜR	-	Hayvan barınağında yaşayan hayvanlar	Barınakta yaşayan hayvanların yaşam alanlarının temizlenmesi	Yedikule Hayvan Barınağı’nda yaşayan hayvanlar.

İstanbul Aydın Üniversitesi ÇEVŞÜR Kulübü üyelerinin gerçekleştirdiği bir diğer kampanya ise, Yedikule Hayvan Barınağı ile ilgili gerçekleştirilmiştir. ÇEVŞÜR’ün yaklaşık 11-13 üyesiyle gerçekleştirdiği Yedikule Hayvan Barınağı Temizlik ve Bakım Projesi kapsamında, barınak yönetimi tarafından izin verildiği kadar alanda temizlik yapılmıştır. Bununla beraber artık ekmek ve makarnaları kullanarak barınakta yaşayan hayvanlara yiyecek sağlamışlardır. Her yıl Nisan ayında gerçekleştirilen Ekofest kapsamında, üyeler Yedikule Hayvan Barınağı için ürün satarak destek sağlamaktadır.

Çizelge 4.3: Çocuklara Doğa Eğitimi Projesi.

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Çocuklara Doğa Eğitimi	2015-2018	ÇEVŞÜR	TEGEV TEMA	TEGV çevreci çocuklar kulübündeki çocuklar, AHMET ŞİMŞEK ilköğretim okulundaki çocuklar, Yeşilköy Anadolu Lisesi öğrencileri, Yeşilköy 50. Yıl Lisesi öğrencileri, Çanakkale ve Edirne'deki köy okulları öğrencileri, İstanbul'daki her okul.	Çevreci Çocuklar Kulübü kurarak, çocuklara doğa eğitimi vermek	TEGV çevreci çocuklar kulübündeki çocuklar, AHMET ŞİMŞEK ilköğretim okulundaki çocuklar, Yeşilköy Anadolu Lisesi öğrencileri, Yeşilköy 50. Yıl Lisesi öğrencileri, Çanakkale ve Edirne'deki köy okulları öğrencileri, İstanbul'daki her okul.

İstanbul Aydın Üniversitesi'nin, 2015-2018 yılları arasını kapsayan Çocuklara Doğa Eğitimi Projesi adı altında gerçekleştirdiği kampanyayı yine ÇEVŞÜR üyeleri ile hayata geçirmiştir. Proje, Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı ve TEMA ortaklığında yapılmıştır. TEGEV bünyesinde kurulan Çevreci Çocuklar Kulübü çerçevesinde 12 hafta boyunca çocuklara doğa ile ilgili eğitim verilmiştir. Bu kapsamda, ilköğretim okulları ve liselere ziyaretler yapılarak, öğrencilere neden gönüllü olmaları gerektiği ve çevre konularında bilgiler verilmiştir. TEMA ise, okullara giderek gönüllü kaydı almış ve kurumsal olarak kim olduklarını, yaptıkları işleri öğrencilere aktarmıştır.

Çizelge 4.4: Tebessüm Kahvesi Buluşmaları Projesi.

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Tebessüm Kahvesi Buluşmaları	2017	İstanbul'da bulunan genç temalar	Tema Vakfı	Kafeyi işleten Down sendromlu bireyler.	Sosyal sorumluluk projelerine destek vermek.	Kafeyi işleten Down sendromlu bireyler.

İstanbul Aydın Üniversitesi Sağlık Kültür Spor Daire Başkanlığı bünyesinde yer alan öğrenci kulüpleri üyeleri, 2017 yılında Tebessüm Kahvesi Buluşmaları adı altında bir proje geliştirmişlerdir.

Genç TEMAlar, yıl içinde Genç TEMA Topluluğu olarak yaptıkları toplantılarda, yıl içinde gerçekleştirecekleri etkinlikleri ve yeni proje olarak neler yapılabileceği konusunda görüşmeler yapmaktadırlar. Genç temalarla ilgili bu görüşmeler, vakıf merkezinde yapılmaktadır. Tebessüm Kahvesi Buluşmaları projesi kapsamında ise bu toplantıların Tebessüm Kafe’de yapılarak, kafeyi işleten bireylere katkı sağlanmak amaçlanmıştır.

Çizelge 4.5: Vegan Menü Projesi

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Vegan Menü Projesi	2015	ÇEVSÜR üyeleri	Kampanyaya imza veren İAÜ öğrencileri.	İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencileri ve çalışanları.	Daha az karbon salınımı	İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencileri ve çalışanları.

ÇEVSÜR üyelerinin 2015 yılında gerçekleştirdiği Vegan Menü Projesi, İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencilerinin hedef kitle olarak seçildiği bir çalışma olmuştur.

Dünyanın karşı karşıya kaldığı iklim krizinin sebeplerinden bir tanesi olarak kabul edilen hayvan endüstrisi et ve türevlerinin, sera gazı salınımına çok büyük etki yaptığı için farkındalık yaratmak adına ÇEVSÜR üyeleri okulda imza kampanyası başlatmışlardır. Kampüs bahçesinde sistemi anlatarak okuldan Vegan Menü talebinde bulunan öğrenciler kampüs kafelerinde bir yıl süre ile Vegan menü çıkarılmasını sağlamışlardır.

Çizelge 4.6: Kadıköy Moda Sahil Temizliği Projesi.

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Kadıköy Moda Sahil Temizliği	2018	ÇEVSÜR üyeleri ve İstanbul’daki Genç Temalar	İstanbul’da bulunan Genç Temalar	Çevreye duyarlı bireyler.	Çevre konusunda farkındalık yaratmak.	Kadıköy Moda sahilinde yaşayanlar.

İstanbul Aydın Üniversitesi ÇEVŞÜR üyeleri ve Genç Temalar tarafından yürütülen bir diğer proje ise, çevre temizliği ile ilgili olarak planlanmıştır. Kadıköy Moda Sahil Temizliği adıyla gerçekleştirilen çalışma, 2018 yılında hayata geçmiştir.

Dünya Su Günü kapsamında Genç Temalarla yürütülen Kadıköy Moda Sahil Temizliği projesi, çevre kirliliği konusunda farkındalık yaratmak amaçlanmıştır. ÇEVŞÜR kulübü üyeleri, bu etkinlikte insanları bilinçlendirmek için Kadıköy Moda sahilinde yaşayan çevreye duyarlı bireyleri hedef kitle olarak belirlemişlerdir. Bu doğrultuda, sulak bir alanın bir kısmını temizleyerek, yapılan çalışmaların çevre konusunda nasıl sonuç getirdiğini, bölge halkına göstermeyi amaçlamışlardır.

İstanbul Aydın Üniversitesi 2018 yılında 2018 -2022 dönemini kapsayan yeni bir stratejik planı hazırlayarak yürürlüğe koymuştur. Üniversitenin kurumsallaşma sürecini tamamlamak amaçlı olduğu izlenimi veren plan kapsamında İAÜ'nün sosyal sorumluluk anlayışının güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılması amacıyla bir stratejik hedef tanımlanmıştır. Bu hedefe göre İAÜ sosyal sorumluluk projelerini hem nitelik nicelik bakımından geliştirmeyi hem de iç ve dış paydaşlarının katılımını artırmayı planlamaktadır. Bu kapsamda da genel sekreterliğe bağlı Basın, Tanıtım ve Halkla İlişkiler idari birimi sosyal sorumluluk projelerinden sorumlu idari birim olarak tanımlanmıştır. Ayrıca bir kurumsal sosyal sorumluluk strateji belgesini de öngörmektedir. Bu İAÜ'nün topluma hizmet konusunda kendisini daha fazla sorumlu hissettiğini ve kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını kuruma yaymak isteğini göstermektedir.

Çizelge 4.7: İAÜ Kurumsal Sosyal Sorumluluk hedef faaliyet çizelgesi

Faaliyet	Sorumlu/ İlgili Birimler
Kurumsal Sosyal Sorumluluk stratejisinin belirlenmesi	Basın Tanıtım ve Halkla ilişkiler
Planlı ve tematik sosyal sorumluluk projelerinin gerçekleştirilmesi	Basın Tanıtım ve Halkla ilişkiler
KSS Projelerine öğrencilerin etkin katılımının sağlanması	Basın Tanıtım ve Halkla ilişkiler

4.6.2 Koç Üniversitesi sosyal sorumluluk projeleri

Koç Üniversitesi sosyal sorumluluk projelerini gerçekleştirmek üzere “Koç Üniversitesi Gönüllüleri Kulübü”nü oluşturmuştur. Gönüllüler Kulübü altında

Farkındalık Topluluğu ve Eğitim Topluluğu yer almaktadır. Ayrıca sosyal sorumluluk projelerini gerçekleştiren Elektrik & Elektronik Mühendisliği Kulübü, Kimya & Biyoloji Mühendisliği Kulübü, Kadın Mühendisler Topluluğu, Koç Üniversitesi Kartallar Topluluğu bulunmaktadır. Bu kulüp ve topluluklar çerçevesinde üniversite, araştırma kapsamında belirtilen 2015-2018 Aralığında Kütüphane projesi, Eğitim projesi, Çocuk Şenliği projesi, Sihirli Dilekler projesi, Hour of Codes/Alice Eğitim Projesi, Kimya& Biyoloji Mühendisliği kulübü Eğitim Projesi, Kadın Mühendisler topluluğu eğitim projesi, Kartallar topluluğu Yardım projelerini gerçekleştirmiştir. Tüm bu projeler çocuklar ve çocuk eğitimi üzerine belirli alanlarda çocuk eğitimi ile ilgilidir.

Çizelge 4.8: Koç Üniversitesi Kütüphane Projeleri

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Kütüphane projeleri	2018	Gönüllüler Kulübü Farkındalık Topluluğu	-	Anadolu'daki okullar	Kütüphanesiz okul kalmasın	Nisan ayında Aydın-Bozdoğan Mürşide Akçay İlkokulu, Kasım ayında Tekirdağ-Vakıf Ergene ilk ve ortaokulu.

Bu proje kapsamında kurum, Okul içinde gerçekleştirdiği “Rehavet Panayırı” ile fon yaratarak, “Kütüphanesiz Okul Kalmasın” ilkesi ile her sene Anadolu'daki bir okula kütüphane yapmaktadır.

Çizelge 4.9: Eğitim Projesi

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Eğitim Projesi	2018	Gönüllüler Kulübü, KET Topluluğu	-	Umutları olmayan çocuklar	Umutları olmayan çocuklara kıymetli olduklarını hissettirmek, çocukları özgüvenli, yaratıcı farkında bireyler haline getirebilmek	Umutları olmayan çocuklar

Bu proje kapsamında, 40 gönüllü Koç Üniversitesi öğrencisi, hafta sonları da dahil olmak üzere eğitimde fırsat eşitliği sağlamak adına umutları olamayan çocuklara değerli olduklarını hissettirmek adına örnek olarak, ders anlatmaktadırlar. Derslerle verilen desteğin yanı sıra, Düşünebilen Çocuklar etkinlikleri ile çocukları öz güvenli, yaratıcı, farkındalık sahibi bireyler haline getirmek, özgürce düşünüp kendilerini ifade edecekleri bir ortam hazırlamak amaçlanmıştır.

Çizelge 4.10: Çocuk Şenliği Projesi

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Çocuk Şenliği Projesi	2018	Gönüllüler Kulübü	-	Şeyh Zayed çocuk yuvası kurumu, Sarıyer çevresindeki okul öğrencileri, Koç Üniversitesi hizmetli personeli çocukları, Down Sendromlu çocuklar	23 Nisan'da gün boyu çocukları n oyunlar oynaması	Şeyh Zayed çocuk yuvası kurumu, Sarıyer çevresindeki okul öğrencileri, Koç Üniversitesi hizmetli personeli çocukları, Down Sendromlu çocuklar

Çocuk Şenliği Projesi kapsamında, her sene 23 Nisan günü, Koç Üniversitesi kampüsü çim alanında çocuk şenliği düzenlenmektedir. Şenlik boyunca, boyunca çocukların eğleneceği pek çok etkinlik yapılmaktadır.

Çizelge 4.11: Sihirli Dilekler Projesi

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Sihirli Dilekler Projesi	2013-2018	Gönüllüler Kulübü	Tüm öğrenciler, akademik ve idari üniversite personeli	Yardıma ihtiyacı olan köy okulları	Maddi imkânsızlıklar içinde olan çocuklara mont, bot, oyuncak gibi yeni yıl dileklerini gerçekleştirmek	Aralık ayında Isparta Sütçüler köyündeki öğrenciler

Sihirli Dilekler Projesi'nde, her yıl maddi imkânsızlıklar içinde olan ihtiyaç sahibi çocukların mont, bot, oyuncak gibi yeni yıl dileklerini gerçekleştirmek amaçlanmıştır. Kasım ayında duyuruları başlayan ve 5 Aralık Dünya Gönüllüler gününde sonlandırılan projede, önceden belirlenen ihtiyaç sahibi bir köydeki okulda öğretim gören çocukların dilekleri alınıp yardımsever sosyal sorumluluk bilincine sahip üniversite öğrencilerine ulaştırılmakta ve hediyeler dilek ağacının altında toplanmaktadır. Bu proje, tüm öğrencileri, akademik ve idari üniversite personeli kapsamaktadır. Tüm hediyelerin toplanması ve paketlenmesinden ulaşımından gönüllü öğrenci ekibi sorumludur.

Çizelge 4.12: Hour of Codes / Alice Eğitimleri projesi

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Hour of Codes / Alice Eğitimleri projesi	2018	Elektrik& Elektronik Mühendisliği Kulübü	-	Aktif 16 ortaokul öğrencisi	Ortaokul öğrencilerine, günümüzde büyük önem taşıyan bilgisayar kullanımı hakkında bilinç kazandırmak.	Ortaokul Öğrencileri

Koç Üniversitesi Elektrik & Elektronik Mühendisliği Kulübü'nün 5 gönüllü öğrencisiyle gerçekleştirilen projede, dönem süresince her hafta iki gün belirlenen bir okulu ziyaret edilerek, aktif 16 ortaokul öğrencisine, kodlama ve programlama temalarında eğitimler verilmiştir. Bu sayede henüz ortaokul çağındayken öğrencilerin günümüzde çok büyük önem taşıyan bilgisayar kullanım hakkında bilinçlendirme ve farkındalığın yanı sıra, öğrencilere mühendislik bilincinin erken yaşta verilmesi amaçlanmıştır.

Çizelge 4.13: Eğitim Projesi

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Eğitim projesi	2017-2018	Kadın Mühendisler Topluluğu	-	Sarıyer-Mustafa Kemal Anadolu lisesi 10.11 sınıflarda okuyan 30 kız öğrenci	“Girls who Code” etkinliği ile lisede okuyan kız öğrencilere mühendislik alanını sevdirmek.	Sarıyer-Mustafa Kemal lisesi 10. Ve 11. Sınıfta okuyan 30 kız öğrenci

Proje kapsamında, lisede okuyan kız öğrencilere yönelik ”Girls who Code” etkinliği ile lisede okuyan kız öğrencilerine mühendislik alanını sevdirmek amacı ile kod yazma kursu düzenlemiştir.

Çizelge 4.14: Yardım Projesi

Proje	Tarih	Yürütücü	Ortak	Hedef Kitle	Amaç	Fayda Sağlayanlar
Yardım projesi	2017-2018	Koç Üniversitesi Kartallar Topluluğu	Kartal Yuvası	Van-İlknur Ilıcalı İlkokulu ve Van Karpuzalan İlkokulu Sarıyer-Mustafa Kemal Anadolu lisesi 10.11 sınıflarda okuyan 30 kız öğrenci	Kampüs içinde çekilişle toplanan yardımların belirlenen okulların spor malzemesi ihtiyaçlarının karşılanması	Van- İlknur Ilıcalı ve Van Karpuzalan ilkokulu

Koç Üniversitesi Kartallar Topluluğu’nun, Kartal yuvası iş birliği ile gerçekleştirdiği projede, kampüs içinde çekilişlerle toplanan yardımlarla, belirlenen okulların spor malzemesi ihtiyacının karşılanması hedeflenmiştir.

4.7 Bulgular

İstanbul Aydın Üniversitesi ve Koç Üniversitesi'nin 2015 – 2018 yılları arasında yürüttüğü çevre ve çocuk odaklı projelerin incelemesi sonucunda şu bulgular elde edilmiştir.

- Örneklem olarak belirlenen iki üniversitede de sosyal sorumluluk projeleri öğrenci kulübü faaliyeti olarak gerçekleştirilmektedir. İAÜ'de projeleri ÇEVŞÜR yürütürken Koç Üniversitesinde Gönüllüler Topluluğu yürütmektedir. Kulüpler de üniversite idari birimi Sağlık, Kültür ve Spor Daire Başkanlığına bağlıdır. Diğer yandansa İAÜ 2018 yılında hazırladığı 2018 – 2022 Stratejik Planında kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili bir hedef belirleyerek, bu hedefin gerçekleştirilmesi için Genel Sekreterliğe bağlı Basın, Halkla İlişkiler ve Tanıtım birimini sorumlu kılmıştır. Bu adım, İAÜ'nün sosyal sorumluluk projelerine daha fazla önem vereceğini ve yönetimin de bu konuda belli hassasiyetlerinin olduğunu göstermektedir.

- Gönüllü öğrenci faaliyeti olarak gerçekleştirilen projelere üniversite yönetimleri SKS üzerinden her tür idari ve aynı desteği sağlamaktadır. Üniversiteler her bir sosyal sorumluluk projesi için ayrı bir bütçe tanımlamaktan ziyade üniversitenin yıllık bütçesi içerisinde SKS'ye bağlı kulüpler için ayrılan bütçeden projelere maddi destek sağlanmaktadır. Bu uygulamanın projelerin finansmanı konusunda bir sıkıntı yaratacağı muhakkaktır. Her bir projenin ayrı ayrı fonlanması projelere hem gönüllü katılımı artırabilir hem de katılımcıların motivasyonunu artırabilir.

- İki üniversitenin 2015 – 2018 yılları arasında yürüttüğü/yürütmekte olduğu çevre ve çocuk odaklı projeler incelendiğinde Koç Üniversitesinin belirtilen dönem içerisinde yalnızca ve çocuk ve eğitim odaklı projeleri yürütmüş, hiçbir çevre projesi yürütmediği dikkati çekmektedir. Diğer yandan İAÜ ÇEVŞÜR daha çok çevre odaklı projeler gerçekleştirmiştir, iki de çocuk odaklı projeyi yürüttüğünü belirtmek gerekir. Dikkati çeken diğer nokta Koç Üniversitesince yürütülen sosyal sorumluluk projeleri üniversitenin yerleşkesinin bulunduğu Sarıyer mahallinde gerçekleştirilmiştir. ÇEVŞÜR ise hem İAÜ yerleşkesi içinde hem çevresinde, hem İstanbul ili içinde hem de şehir dışında proje gerçekleştirmiştir. Ayrıca bazı projelerine ortak olarak Sivil

Toplum Kuruluşlarını dahil etmiştir. Ayrıca TEMA gibi kuruluşların projelerine ortak olmakta ya da destek vermektedir.

Çizelge 4.15: İAÜ ve Koç Üniversitesi 2015 -2018 yılları arası çevre ve çocuk odaklı sosyal sorumluluk projeleri

	İAÜ ÇEVİSÜR	Koç Üniversitesi Gönüllüler Topluluğu
Çevre	4	0
Çocuk	2	7

5. SONUÇ

Yükseköğrenim kurumu olarak ortaya çıkan üniversiteler kar amacı gütmeyen, toplumsal sorumluluğu ön planda tutan kuruluşlardır. İçinde bulunduğu çağda üniversitelerden birer yükseköğrenim kurumu olarak beklenen

- Yükseköğrenim faaliyetlerini gerçekleştirmek,
- Bilimsel araştırma faaliyeti gerçekleştirmek ve
- Topluma hizmettir.

Özellikle topluma hizmet boyutu son yıllarda daha çok öne çıkmaktadır. Üniversiteler topluma hizmeti birçok boyutta gerçekleştirir. Bu boyutlar,

- Herhangi bir toplumsal soruna ilişkin farkındalık oluşturacak bilimsel çalışmalar yapmak, bilimsel raporlar hazırlamak.
- Herhangi bir toplumsal soruna ilişkin çözüm önerileri ortaya koymak.
- Herhangi bir toplumsal sorunun çözümüne ilişkin uygulamalar gerçekleştirmek.

Yukarıda belirtilen kapsamda son yıllarda dünyada üniversiteler sosyal sorumluluk projeleri geliştirmeye yönelmiştir. Bu projeler genellikle çevre, kadın ve çocuk odaklıdır. Dünyadaki eğilimden Türkiye'deki üniversiteler de geri kalmamıştır. Son yıllarda hem devlet hem de vakıf üniversiteleri birçok sosyal sorumluluk projesi gerçekleştirmiştir.

Araştırmanın örneklemini oluşturan İstanbul Aydın Üniversitesi ve Koç Üniversitesi de sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmektedir. Her iki üniversitede hem toplumsal sorumluluk bilinciyle hem de itibar kaygısıyla bu projeleri yürütmektedir.

İstanbul Aydın Üniversitesi ve Koç Üniversitesinin son üç yılda gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk projeleri incelendiğinde projelerin hedef grubunun çocuk, çevre (kirlilik, küresel ısınma, iklim değişikliği) ve kadın olduğu görülür. İki üniversite de projeleri genellikle gönüllülük esasının geçerli olduğu öğrenci kulüpleri üzerinden gerçekleştirmektedir. Var olan geçerli sosyal sorumluluk modellerine göre

gönüllülük sosyal sorumluluk projelerinin önemli bir boyutudur. Bu anlamda her iki üniversitenin de bu boyutu karşıladığı görülür.

Sosyal sorumluluk projelerinde; sosyal sorumluluk modellerine göre diğer bir önemli boyut, sosyal sorumluluk projelerini yürüten kurumun veya proje ortaklarının kar amacı gütmemesidir. Toplumsal hizmet amacıyla kurulan üniversiteler karşılık beklemezsiniz bu projeleri gerçekleştirmektedir.

Modellere göre; sosyal sorumluluk projelerinde önemli bir diğer boyutsa, proje yürütücüsünün proje için belirli bir bütçe ayırma zorunluluğudur. Öğrenci kulüpleri, üniversite yönetimine bağlı öğrenci toplulukları olarak kurulur, belli bir mevzuata bağlıdır ve kulüplerin faaliyetlerinde kullanılmak üzere belli bir miktar üniversitelerin bütçesinden ayrılır. İki üniversite de sosyal sorumluluk projelerini yürüten öğrenci kulüpleri/ toplulukları, idari ve belli bir mali destek görmüşlerdir. Ancak mali desteğin yeterliliği tartışılabilir.

İstanbul Aydın Üniversitesi ve Koç Üniversitelerinin sosyal sorumluluk anlayışını tespit edebilmek amacıyla üniversitelerin sosyal sorumluluk anlayışlarını ortaya koydukları metinler ve stratejik planları(en azından İAÜ'nün) gözden geçirilmiştir. Koç Üniversitesine ait bir stratejik plana erişilemezken, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin 2018-2022 stratejik planı incelenmiştir. İstanbul Aydın Üniversitesi 2018-2022 planına göre İstanbul Aydın Üniversitesi sosyal sorumluluk projelerini bir stratejik hedef olarak tanımlamış ve bu hedefi gerçekleştirecek birim olarak İstanbul Aydın Üniversitesi Genel Sekreterliğe bağlı Basın- Halkla İlişkiler ve Tanıtım Birimini tanımlamıştır. Bu bağlamda İstanbul Aydın Üniversitesinin sosyal sorumluluk projelerine yönelik bir strateji geliştirmeye çalıştığı ve bu yönde bir irade gösterdiğini belirtmek gerekir.

Sonuç olarak İstanbul Aydın Üniversitesi ve Koç Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projeleri var olan sosyal sorumluluk modelleri bağlamında incelendiğinde projelerin sayısının azlığı, projelerin kapsamının darlığı dikkati çekmektedir. Ayrıca sosyal sorumluluk projeleri bir halkla ilişkiler uzmanlık alanıdır. Projeler gönüllü öğrenciler tarafından yürütüldüğünden amatör ruh taşımaktadır. Dolayısıyla profesyonellikten uzaktır. Her iki üniversitenin de kamuoyunca bilinen, benimsenen bir sosyal sorumluluk yaklaşımının oluşması için bu projelerin profesyonel bir yaklaşımla gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

KAYNAKLAR

- Ak, S.** (2016). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Kırklareli: Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdağ, M.** (2007). Halkla ilişkilerde sosyal sorumluluk, Doç.Dr. Metin. IŞIK, *Tüm yönleriyle halkla ilişkiler ve tanıtım*. Ankara: Eğitim Kitapevi Yayınları, 207.228
- Akın, E.S.** (2016). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Katkıları*. Saarbrücken: Türkiye Alim Kitapları.
- Aydınalp.** (2013). *Halkla ilişkiler ekseninde kurumsal sosyal sorumluluk*. Ankara: Nobel.
- Bir, Ç.S.** (2008). *Kurumsal sosyal sorumluluk: Hlakla ilişkiler açısından değerlendirme*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Canatan, E.D.** (2009). *İşletmelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmaları Bir Örnek Olay İncelemesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çalışkan, O.** (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelin İş Tatminine ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çeritoğlu, A.B.** (2011). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk- Ve İşletmelerin Çevre Bilinci Eksenindeki Uygulamalarının Tüketici Satın Alma Davranışı ve Kurum İmajı Algısına Etkisi*. İstanbul: Yalın Yayıncılık.
- ÇEVŞÜR** (2013), *İstanbul Aydın Üniversitesi, Çevre ve Sürdürülebilir Kampüs Kulübü Tüzüğü*, (ÇEVŞÜR) 16.12.2013, 1
- Göçener, M.** (2015). *İş Sağlığı ve Güvenliği Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Değerlendirilmesi*. Ankara: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı.
- İbişoğlu, A.** (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Vestel Örneği*. *Yüksek Lisans Tezi*.
- Kaya, N.** (2013). *Türkiye'deki ilk 500 büyük imalat firmasının yürüttüğü sosyal sorumluluk projeleri konusunda bir meta değerlendirme*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Korkmaz,** (2009). *İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları* (1b.). İzmit-Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Kotler, P. & Lee, N.** (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Koyun, S.** (2018, Kasım 5). *Yeşil Pazarlama Nedir? Yeşil Pazarlama Karması, Tarihi, Uygulamaları*. Haziran 13, 2019 tarihinde www.sezginkoyun.com: <https://www.sezginkoyun.com/yesil-pazarlama-nedir/> adresinden alındı
- Metin, I.** (2007). *Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım* (1 b.). Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.
- Mustafa, T.** (2012, Mayıs- Haziran). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Modern İş Dünyasının Vicdani Gereği*. Ankara Sanayi Odası Yayın Organı.

- Nejat, Ö.** (2013). *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*. Konya: Eğitim Kitapevi.
- Okay Ayla, O.A.** (2007). *Halkla ilişkiler Kavram Stratejisi ve Uygulamaları*. İstanbul: DER yayınları.
- Okay, A.O.** (2007). *Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları* (3 b.). İstanbul: Der yayınları.
- Osman, Ç.** (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelin İş Tatminine ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerine Bir Araştırma*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı.
- Peltekoğlu, F.B.** (2004). *Halkla İlişkiler Nedir* (3 b.). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Philip, K., & Nancy, L.** (2008:3). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: MediaCat.
- Sarıca, Y.** (2012). Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk Projesi Uygulaması Olarak Sosyal Hayata Katılım: Engelsiz Yaşam. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3(1), 51. Ocak 31, 2019 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/308013> adresinden alındı
- Seyfi TOP, A.Ö.** (2008). İşletme Perspektifinden Sosyal Sorumluluk Teorisinin İncelenmesi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 97-110.
- Sosyal Sorumluluk.** (2019, Şubat Salı). *Koç Üniversitesi*, web sitesi: <https://www.ku.edu.tr/tr/about-ku/socialresponsibility> adresinden alındı
- Sosyal Sorumluluk Politikası.** (2019, Şubat 14). *İstanbul Aydın Üniversitesi*, web sitesi: <https://www.aydin.edu.tr/tr-tr/iau-hakkinda/kurumsal/Pages/sosyal-sorumluluk-politikasi.aspx>:<https://www.aydin.edu.tr/tr-tr/iau-hakkinda/kurumsal/Pages/sosyal-sorumluluk-politikasi.aspx> adresinden alındı
- Şatır, Ç.K.** (Temmuz 2011). *Halkla ilişkilerden Stratejik halkla ilişkilere* (1b.). Ankara: Nobel yayın.
- Şen, M.** (2002, Kasım). Osmanlı Devleti'nde Sosyal Güvenlik: Ahi Birlikler, Loncalar ve Vakıflar. *Çimento İşveren Dergisi*, 16(6). Ocak 30, 2019 tarihinde <http://www.ceis.org.tr/dergi.php?dID=46> adresinden alındı
- T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi** (2018), *2018-2022 Stratejik Planı*, 50
- T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi** (2018), *Kurumsal*, <https://www.aydin.edu.tr/tr-tr/iau-hakkinda/kurumsal/Pages/universitemiz.aspx>, e.t. 13 Şubat 2019
- Tarihçe.** (2019, Şubat 12). *Koç Üniversitesi*, Web sitesi: <https://www.ku.edu.tr/tr/about-ku/history> adresinden alındı
- Taşlıyan, M.** (tarih yok). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Modern İş Dünyasının Vicdani Gereği*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.
- U. B.** (2015). *Kurumsal sosyal sorumluluk algısı üzerine bir araştırma*. İzmir: Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uğur, U.** (2018). *Tüketiciler Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarını Nasıl Algılıyor? Tüketici Şüpheliği Perspektifinden Bir Araştırma*. Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldırım, Gonca** (2015). Girift Bir İlişki: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bağlamında Kurumsal İtibar, Ed. Yrd. Doç. Dr. Mine DEMİRTAŞ, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsa İtibar*, İstanbul: Derin Yayınları, 125 – 180.

ÖZGEÇMİŞ



Leyla CESARET ERGÜL, 08 Kasım 1970 tarihinde İstanbul' da doğdu. Ortaokulu Beşiktaş İlköğretim'de, lise eğitimini Üsküdar Mithat Paşa Kız Meslek Lisesinde tamamladı. Ön lisans AÖF Halkla İlişkiler alanında (2000), lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi AÖF İşletme Bölümünde (2004) tamamlayan Cesaret 1997 yılında Özel bir Eğitim Kurumundan Güzellik uzmanlığı ve bu alanda eğitim veren birçok kurumdan mesleki eğitim alarak kendini geliştirdi. Kozmetik sektöründe çeşitli firmalarda danışmanlık yaptı. 1999 yılında Nişantaşı Rüştü UZEL Meslek Lisesi'nde temel makyaj derslerine girerek öğretmenlik hayatına başladı.1999-2010 yılları arasında Devlet Meslek Liseleri'nde Nişantaşı Rüştü Uzel, Üsküdar Mithat Paşa, Üsküdar İMKB, Sultanbeyli Meslek Liseleri olmak üzere birçok lisede mesleki alan derslerinde eğitim verdi. 2011 Yılında İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı'nda öğretim görevlisi olarak göreve başladı, halen Bölüm Başkanı ve Program başkanı olarak görevine devam etmektedir. Leyla CESARET ERGÜL evli ve iki çocuk annesidir.