

Türkiye’de Yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Sosyal Girişimler Bağlamında Sınıflandırılması, KOÇ HOLDİNG ve TURKCELL Örneği

(Sayfa 51-62)

İlknur PATAN
Lect.,Gazi Osmanpaşa Üniversitesi,
Türkiye,
Ilknurpatan3@gmail.com

Öz

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı literatüre yeni girmiş bir kavram olmasına rağmen konuya olan önem ve ilgi oldukça yenidir. Son yıllarda işletmeler arasında artan rekabet, kurumların birbirinden farklılaşma çabaları, tüketiciler ve potansiyel müşteriler için iyi bir imaj oluşturmak ve zihinlerinde yer edinmek, çalışanlar gözünde kurumun saygınlığını arttırmak amacıyla birçok yönetime başvurulmuştur. Kurumsal sosyal sorumluluk bu yöntemlerden en yeni fakat en çok ilgi göreni olmuştur.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk; toplumdaki aldığını topluma verme prensibi ile kurumların faaliyetlerinde toplum yararını gözetme, işletmelerin ürettikleri ürün ve hizmetleri en iyi şartlarda pazarda tanıtılmaları ve marka imajını güçlendirmeleri konusunda kurumlara destek sağlamaktadır. Uluslararası literatürde çoğunlukla kurumsal sosyal sorumluluğun uygulanma biçimi göz önünde bulundurularak gruplama yapılmaktadır. Kotler ve Lee’de bu bakış açısıyla, “Hayır işlemek için 6 seçenek” belirlemişler ve bu seçeneklere Kurumsal Sosyal Girişim adını vermişlerdir. Bu çalışma da Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimlerin kurumlar üzerindeki etkileri, Kurumsal Sosyal Girişimler sınıflandırması kapsamında Türkiye’de yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk projelerinin belirlenen Kurumsal Sosyal Girişim sınıflandırmalarına uygunluğu incelenecektir. Ülkemizde yapılan projelerde Kurumsal Sosyal Girişimin altı sınıflandırmasına yer verilmemesi ve kurumların yapmış olduğu projelerin hangi sosyal girişim sınıflandırmasına ait olduğunun belirtmemesi üzerine yapılan çalışmanın amacı konuyla ilgili bilinç oluşturmak ve alana katkı sağlamak olarak belirlenmiştir. Bu araştırma literatür taraması sonucunda Sosyal Girişimlerin altı sınıflandırmasını bünyesinde bulundurduğu için KOÇ Holding ve TURKCELL ile sınırlı tutulmuştur. Kurumsal Sosyal Sorumluluk konusunda literatür taraması yapıldıktan sonra KOÇ Holding ve TURKCELL’in resmi web siteleri üzerinde içerik analizi yapılarak kurumların sosyal sorumluluk projeleri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sosyal Girişimler

The samples of Koç Holding and Turkcell: Categorizing of the Corporate Social Responsibility projects designed in Turkey In terms of Social Initiative

Abstract

Although the concept of Corporate Social Responsibility is a newly introduced concept, the importance and interest in the subject is quite new. In recent years, increasing competition among enterprises, differentiation efforts of the institutions, creating a good image for consumers and potential customers and taking place in their minds, many methods have been used to increase the reputation of the organization in the eyes of employees. Corporate Social Responsibility is one of the newest but most popular of these methods.

Corporate Social Responsibility; It gives support to the institutions in the activities of the institutions to provide the society to benefit from the society and to promote the products and services they produce in the market under the best conditions and to strengthen the brand image. In the international literature, grouping is mostly made by taking into account the way of implementation of corporate social responsibility. From this perspective, Kotler and Lee chose “6 options for philanthropy” and called them Corporate Social Initiative. In this study, the effects of Corporate Social Responsibility and social initiatives on institutions, Corporate Social Responsibility projects conducted in Turkey within the scope of Corporate Social Initiatives classification will be examined in compliance with the defined Corporate Social Entrepreneurship classifications. It is a problem that the projects in our country do not include the six classifications of Corporate Social Initiative and that the projects which are carried out by the institutions do not indicate which category of social initiative belongs to. The aim of this study was to raise awareness and contribute to the field. This study is limited to KOÇ Holding and TURKCELL since it contains six categories of Social Initiatives as a result of literature review. After reviewing the literature on Corporate Social Responsibility, content analysis will be conducted on KOÇ Holding and TURKCELL's official websites and social responsibility projects of the institutions will be examined.

Keywords: *Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Social Initiatives*

GİRİŞ

Kurumlar varlıklarını devam ettirmek, kendilerini tanıtmak, artan rekabet ortamında farklılaşmak ve uzun vadeli hedeflerini gerçekleştirmek için bağlı bulunduğu toplumla ve hitap ettiği hedef kitleyle iyi ilişkiler kurmak zorundadır. Toplumun değerlerine, ihtiyaç ve beklentilerine ters düşmeyecek işler yapmak kurulan bu iyi ilişkileri geliştirmek ve devamlılığını sağlamak için önemli bir faktördür. Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumların bu hedeflerini gerçekleştirmesine yardımcı olan alanlardan biridir. Günümüzde kendine yeni yeni uygulama alanı bulan kurumsal sosyal sorumluluk, eğitim, sağlık, çevre, kültür gibi alanlarda faaliyet göstermektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk, toplum ile iç içe olmayı hedefleyen kurumlar için topluma karşı olan görev ve sorumlulukları yerine getirme çabasıdır. Bu bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk genel anlamda yapılan işten kar elde etmeye değil kurumların varlık sürdürdükleri topluma karşı sorumluluklarının olduğu fikrine dayanmaktadır.

Planlı ve stratejik yönetim anlayışını benimseyen kurumsal sosyal sorumluluk birçok toplumsal konuda çeşitli projeler ile çözüm odaklı çalışmalar yürütmektedir. Bu anlamda kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları toplumsal bir amaca hizmet etmek , iç ve dış hedef kitlenin zihninde olumlu algı yaratmak, bağlılık ve sadakati sağlamak, kurumun imajını ve itibarını arttırmak gibi faydalar sağlamaktadır.

Bu çalışma da kurumların, toplum tarafından kabul görmüş bir sosyal soruna ya da sosyal amaca yönelik yaptığı faaliyetlerin sosyal girişim sınıflandırmalarına uygunluğu

değerlendirilmiş olup kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal girişimlerin kurumlar üzerindeki etkileri incelenmiştir.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tanımları

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ilk defa H.Bowen'in 1953'te yayımlanan (Social Responsibilities of the Businessman) "İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları" adlı kitabında karşımıza çıkmaktadır (Aktan, 2007:6) Yeni bir alan olmasına rağmen kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili yapılan bir çok tanım bulunmaktadır.Bu tanımları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

'Kurumsal sosyal sorumluluk, isteğe bağlı iş uygulamaları ve kurumsal kaynakların katkıları aracılığıyla toplumun refahını iyileştirmek için üstlenilen bir yükümlülüktür.' Yapılan bu tanımda dikkat edilmesi gereken husus 'isteğe bağlı' kelimesidir. Burada yasa ile emredilen ya da ahlaki veya etik nitelikte olan ve belki de bundan dolayı beklenen iş faaliyetleri kastedilmemektedir. Daha çok bir işletmenin bu uygulamaları seçerken, gerçekleştirirken ve katkıları yaparken gösterdiği gönüllü bir yükümlülüğe gönderme yapılmaktadır (Kotler ve Lee, 2008:2-3)

World Business Council for Sustainable Development'in yaptığı bir tanıma göre: "devletlerin karşı karşıya kaldığı sorunların çözümünde , toplumun iktisadi gelişimi, eğitimi, çevrenin korunması ve sağlık alanındaki pek çok meselenin çözümlenmesi hususunda bir araçtır (Yurttaoer ed. ve Akın ve Süzen, 2016:15)

Avrupa Komisyonu'na göre Kurumsal sosyal sorumluluk, bir kurumun gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirdiği işe yönelik çalışmaları ve paydaşlarıyla kurduğu iletişimde sosyal ve çevresel kaygılarını bütünleştirdiği kavram olarak ele alınmaktadır. Bu süreçte sadece kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları gerçekleştirmek yeterli değildir. Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları toplumla ve kurumun hedef kitlesi ile paylaşıldığı takdirde önem arz etmektedir. Yine Avrupa Komisyonu'na göre Kurumsal sosyal sorumluluk "toplumu etkilemek üzere gerçekleştirilen sorumluluk girişimleri" olarak tanımlanmıştır(Ed.Öztürk, 2013: 4)

World Business Council for Sustainable Development, kurumsal web sayfasında kurumsal sosyal sorumluluğu şöyle tanımlanmaktadır: "İşdünyası tarafından çalışanların, onların ailelerinin, halkın ve tüm toplumun hayat standardını yükseltip ekonomik kalkınmaya katkı sağlamaya yönelik verilmiş bir taahhüddür" (Ed.Öztürk, 2013: 4-5)

Yapılan tanımların çok çeşitli olmasının sebebi farklı disiplin ve alanların kurumsal sosyal sorumluluğu kendi bakış açılarıyla tanımlamış olmalarıdır. Tanımların genellikle sosyal girişimler olarakta adlandırabileceğimiz isteğe bağlı iş uygulamaları geliştirmek, toplumsal, çevresel, ekonomik,

sağlık alanında karşılaşılan sorunların çözümünde aracı olmak, iç ve dış hedef kitleyle etkili iletişim kurmak, kuruma katkı sağlamak gibi konulara değindiği gözlemlenmektedir. Kotler ve Lee (2008:3) sosyal girişimler terimini kurumsal sosyal sorumluluk şemsiyesi altında gerçekleştirilen büyük çaplı faaliyetleri anlatmak için kullanmaktadır.

KURUMSAL SOSYAL GİRİŞİMLER

Kurumsal Sosyal Girişim Bağlamında Kotler ve Lee'nin Sosyal Girişim Sınıflandırması

“Sosyal girişim” kavramı içerisinde “sosyal” ve “girişim” olmak üzere iki farklı olguyu barındırmaktadır. “Girişimcilik anlayışı beraberinde tıpkı ticari girişimlerde olduğu gibi sorun ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk alma ve yenilikçi yollarla çözümlene olgularını getirmektedir.” “Sosyallik” anlayışı ise girişimcilik prensiplerinin kar maksimizasyonu yerine toplumsal sorunlara uyarlanmasını kapsamaktadır. Sosyal girişimler, sosyal sorunların çözümünde “sistemik değişimi” hedeflemektedir. Sosyal girişimler ele aldıkları alanlarda benzer vakaları tek tek düzeltmektense sistemik değişim yaratmayı, çözümlerini yaygınlaştırmayı ve uzun vadede toplumun desteğini kazanarak sorunun ortadan kaldırılmasını hedeflerler(Ersen ve Kaya ve Meydanoglu 2010: 7).

Kotler ve Lee (2008:3) kurumsal sosyal girişimleri, ‘*sosyal amaçları desteklemek ve kurumsal sosyal sorumluluk yükümlülüklerini yerine getirmek için kurum tarafından girişilen büyük faaliyetler*’ olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda sosyal amaçlar içinde en büyük destek toplum sağlığına güvenliğine, eğitimine, istihdamına, çevreye, toplumsal ve ekonomik gelişime ve diğer temel insani ihtiyaç ve arzulara katkıda bulunanlara verilmektedir. Konu ile ilgili Kotler ve Lee (2008:23) içinde sosyal sorumluluğa ait faaliyetlerin büyük bir kısmının bulunduğu altı büyük girişim sınıflandırması yapmışlardır. Bunlar;

- **Sosyal Amaç Teşvikleri:** Kotler ve Lee'nin yapmış olduğu sosyal girişim sınıflandırmasının ilki olan sosyal amaç teşvikleri; “*Bir kurumun, sosyal bir amaç üzerindeki ilgiyi ve farkındalığı arttırmak ya da bir sosyal amaç için fon toplamaya, bağışta bulunmaya ya da gönüllü toplamaya destek olmak için fonlar, mal ve hizmet katkıları ya da diğer kurumsal kaynaklar sağlaması*” olarak tanımlanmaktadır Buna göre; bahsi geçen kurum, bu teşviki kendi başına başlatabilir, yönetebilir. Bunun yanı sıra kurum gösterilen bir çabaya büyük çapta ortaklık edebilmekte veya bir çok spondordan birisi olabilmektedir. Bu girişimin öncelikli hedefi, ikna edici iletişimler, sosyal bir konuya ilişkin farkındalık ve ilgi yaratma veya potansiyel bağışçıları ve gönüllüleri bu amaca katkıda bulunmaya ya da bu amacı destekleyen faaliyetlere katılmaya ikna etmektir (Kotler ve Lee, 2008:23-51).
- **Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama:** “*Bir kurumun ürün satışlarına dayalı gelirlerin bir kısmını belirli bir amaç için harcamasına veya bir amaca katkıda bulunmasına sosyal amaç bağlantılı pazarlama*” denir. Bu senaryoda bir kurum, çoğunlukla kar amacı gütmeyen bir organizasyon ile özel bir ürünün satışlarını arttırmak ve hayır kurumuna finansal destek oluşturmak için belirlenmiş karşılıklı çıkarlara dayalı bir ilişki yaratarak, iş birliğine gitmektedir. Birçokları bunu tüketicilerin gözünde hayır derneklerine bedavadan katkıda bulunma fırsatı sağlamasından dolayı da, kazan-kazan-kazan durumu olarak görmektedir.

Diğer sosyal girişimlerden ayrımı birçok yönden açıktır. Altı girişim içerisinde kurumsal katkı seviyelerinin bir takım tüketici eylemlerine bağlı olduğu tek girişimdir (Kotler ve Lee, 2008:24).

- **Kurumsal Sosyal Pazarlama:** “Bir kurumun, halk sağlığını, güvenliğini, çevreyi ya da toplum refahını iyileştirmeyi amaçlayan bir davranış değiştirme kampanyasının geliştirilmesine ve uygulamaya konulmasına destek vermesi” olarak tanımlanmaktadır. Bu girişimin fark yaratan özelliği yapılan etkinliklerden beklenen davranış değiştirme isteğidir. Davranış değişikliği, daima hem bir odak noktasıdır hem de amaçlanan sonuçtur. Sosyal pazarlama kampanyaları en yaygın biçimde, kamu hizmeti işletmeleri, sağlık departmanları, ulaşım ve ekoloji gibi federal eyalet ve belediye kamu sektörlerinde ve kar amacı gütmeyen organizasyonlarda çalışan profesyoneller tarafından geliştirilmekte ve uygulamaya konmaktadır(Kotler ve Lee, 2008:24). Sosyal pazarlama varolduğu günden bugüne inanılmaz gelişimler kaydetmiş olup bu alanın aile planlaması, tütün kullanımı, alkol bağımlılığı, erken yaşlarda karşılaşılan gebelik, HIV/AIDS, aşılama, cilt kanseri ve okuma yazma gib meseleler üzerinde çok büyük olumlu etkisi olduğu aktarılmaktadır(Gürel Boran, 2015:94)
- **Kurumsal Hayırseverlik:** “Bir kurumun, bir hayır derneğine ya da sosyal bir amaca, çoğunlukla nakit bağışlar, hibeler ve aynı hizmetler şeklinde doğrudan katkıda bulunması” olarak tanımlanmaktadır.. Bu girişim beklide tüm kurumsal sosyal girişimlerin içerisinde en geleneksel olanıdır ve geçmişte toplum sağlığı ve insan hizmet kurumları eğitim ve sanatların yanı sıra çevreyi koruma misyonuna sahip organizasyonlar için büyük bir destek kaynağı olmuştur. Kurumsal hayırseverlik karakterinin on yıllardan sonra, öncelikle kurumun geçim kaynağına katkıda bulunan toplumlara karşı sorumluluk gösterme beklentilere sahip hissedarların refahı için endişeleri dengelemek üzere iç ve dış baskılara tepki olarak olgunlaştığı birçokları tarafından kabul edilmektedir (Kotler ve Lee, 2008:141-142).
- **Toplum Gönüllülüğü:** Toplum gönüllülüğü, “kurumun çalışanlarını, perakende ortaklarını ve acentalarını gönüllü olarak yerel toplum örgütlerini ve sosyal amaçları desteklemek üzere zamanlarını bağışlamaları için desteklediği ve teşvik ettiği bir girişimdir.” Toplum gönüllülüğünü diğer girişimlerden ayırt etmek sadece o kurumun çalışanlarının yerel organizasyonlara, yerel sosyal amaç çabalarına bireysel olarak gönüllü olmalarını gerektirdiğinden zor değildir. Toplumda gönüllü olmak ve kurumunda bunu desteklemesi, birçokları tarafından kurumun tüm sosyal katılım şekilleri içinde en gerçek ve en tatminkar olanlarından biri gibi görülmektedir (Kotler ve Lee, 2008:171-172).
- **Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları:** Sosyal açıdan sorumluluk taşıyan iş uygulamaları, “kurumun benimsediği ve yürüttüğü toplumun refahını iyileştirme ve çevreyi koruma sosyal konuların destekleyen isteğe bağlı iş uygulamaları ve yatırımlardır” (Kotler ve Lee, 2008:201).

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın Adı

Türkiye’de Yapılan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Sosyal Girişimler Bağlamında Sınıflandırılması, KOÇ HOLDİNG ve TURKCELL Örneği

Araştırmanın Konusu

Sosyal Girişimler sınıflandırması kapsamında Koç Holding ve Turkcell'in yapmış olduğu Kurumsal Sosyal Sorumluluk projelerinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın asıl amacını, Türkiye'de yürütülen projelerin kurumsal sosyal sorumluluğun getirilerini dikkate alarak bilinçli bir şekilde yürütülüp yürütülmediğinin tespitinin yapılması oluşturmaktadır.

Araştırmanın Problemi

Türkiye'de yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri sosyal sorumluluk adı altında yapılmaktadır ve projelerde kurumsal sosyal girişim sınıflandırması yer almamaktadır. Kurumların yaptığı projelerin hangi sosyal girişim sınıflandırmasına ait olduğunun belirtilmemesi araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

Araştırma Sınırları

Bu araştırmada yapılan literatür taraması sonucunda KOÇ Holding ve TURKCELL'de altı tip sosyal girişim tespit edilmiş, araştırma bu şirketler ile sınırlı tutulmuştur. Araştırma kapsamında Koç Holding bünyesinde bulunan Opet'in yapmış olduğu projelere de yer verilmiştir.

Veri Toplama Teknikleri

Çalışmanın bulgularında, KOÇ Holding ve TURKCELL'in resmi web sitelerinde içerik analizi yapılmış olup bu kurumların kurumsal sosyal sorumluluk projeleri incelenmiştir.

Bulgular ve Yorumlar

Çalışmanın bulgular ve yorumlar kısmında Kotler ve Lee(2008) 'nin yapmış olduğu kurumsal sosyal girişimler sınıflandırması dikkate alınarak bu sınıflandırmalara örnek teşkil eden projeler incelenip uygun konu başlığına yerleştirilmiştir. Aşağıdaki sınıflandırmaların hepsi Kotler ve Lee(2008)'ye ait olup yapılan tanımlarda yeniden kaynak gösterilmemiştir.

Kurumsal Sosyal Amaç Teşvikleri ve Örnek Proje / Meslek Lisesi Memleket Meselesi



Bir kurumun bir sosyal amaca yönelik ilgiyi ve farkındalığı arttırmak için fon toplama, bağışta bulunma gibi kriterleri dikkate almasını içeren kurumsal amaç teşviklerine örnek oluşturan proje Koç

Holding'in yürütmüş olduğu "Meslek Lisesi Memleket Meselesi" olarak belirlenmiştir. Proje, Koç Holding'in 2006 yılında eğitim alanında başlattığı bir kurumsal sosyal sorumluluk projesidir. Fon sağlama ve bağışta bulunma kriterlerini yerine getirdiği için bu proje kurumsal sosyal amaç teşvikleri sınıflandırmasına dahil edilmiştir.

- Proje Kapsamında;
- Meslek Lisesi'nin toplumumuzdaki değerinin anlaşılması ve farkındalık yaratmak için çıkılan yolda 8.000 öğrenciye burs ve staj desteği sağlanmıştır.

Koç Holding'in başlatmış olduğu bu proje uzun yıllar devam etmiş ve projeye ülkemizdeki bir çok kurum ve kuruluştan destek sağlanmıştır (<https://www.koc.com.tr/tr-tr/faaliyet- alanlari/projeler/meslek-lisesi-memleket-meselesi>)

- **Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama ve Örnek Proje / Kardelenler**



Kısaca bir kurumun ürün satışlarından elde ettiği gelirin bir kısmını belirli bir amaç için harcaması diye tanımladığımız sosyal amaç bağlantılı pazarlamaya örnek teşkil eden proje Turkcell'in "Kardelenler" projesi olarak belirlenmiştir. Bu proje bir ürünün satışlarından elde edilen gelirin sosyal amaç için harcanması kriterini taşıdığı için seçilmiştir.

Proje adını Anadolu'da kar kalkmadan açan kış çiçeklerine verilen isimden almıştır. Kardelen çiçeği tıpkı yöre koşullarına ve törelerine baskın çıkarak okula, bilgiye koşan kız çocukları gibi kara toprağı delerek ışığa ulaşan kardelenler kendi varoluş çabalarının sembolüdür. Kardelenler" projesi ile birlikte ailelerinin maddi yetersizliği nedeniyle öğrenimlerine devam edemeyen kız çocuklarına eğitimde fırsat eşitliği sağlanması ve kızlarımızın meslek sahibi, ufku açık "birey"ler haline gelmeleri amaçlanmaktadır (<https://www.turkcell.com.tr/tr/hakkimizda/sosyal-sorumluluk/toplumsal-sorumluluk-projelerimiz/kardelenler>).

Proje dahilinde;

1. Ayşe Kulin "KARDELENLER" isimli bir kitap yazmıştır. Burs alan kızların eğitimlerine ek destek sağlamak amacıyla Turkcell ve Ayşe Kulin, kitabın satışından kaynaklanan hakların tüm gelirini, "Kardelenler" projesine bağışlamaktadır.

2. Sezen Aksu, Kardelenlerimize destek için 2005 yılında projenin şarkısı olan "Kardelen" şarkısını besteledi ve "Kardelen" albümünü çıkardı. Kardelen albümünün tanıtımı ve bağışlara destek sağlamak amacıyla Sezen Aksu, Edirne'den Kars'a uzanan bir güzergahta toplam 21 konser verdi. Sanatçının tüm halkımıza "Kızlarımızı okutalım, kızlarımız geleceğimizdir" çağrısında bulundu. Sezen Aksu'nun

“Kardelen” albümü ve Kardelen konser biletlerinin satışı ile toplanan bağışlarla 770 Kardelen daha 4 yıllık lise eğitimi alma şansına sahip oldu.

- **Kurumsal Sosyal Pazarlama ve Örnek Proje / Trafik Dedektifleri**



Bir kurumun toplumun refahı, güvenliği ve sağlığı için yapılan ve sonucunda davranış değişikliği beklenen bir projeye destek vermesi olarak tanımladığımız kurumsal sosyal pazarlama sınıflandırmasına örnek teşkil eden proje Koç Holding bünyesinde bulunan Opet'in yürüttüğü *Trafik Dedektifleri* projesidir. Bu proje toplumsal bir amaca yönelik davranış değişikliği yaratma kriterine uyduğu için kurumsal sosyal pazarlama sınıflandırmasına örnek proje olarak seçilmiştir.

Türkiye'nin önemli sorunları arasında yer alan trafik kazalarını önlenmek için, pek çok kurum kurum, kuruluş, sivil toplum örgütü ve bireyin birlikte çalışacağı ve daha bilinçli nesiller yetiştirmeyi amaçlayan "Trafik Dedektifleri" projesi, trafik sorununa kalıcı bir çözüm getirmek amacıyla hayata geçirilmektedir. OPET'in desteğiyle Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü ve Polis Eşleri Kaynaşma-Yardımlaşma Derneği (Pekay) ortaklığında uygulamaya konulmaktadır. Trafik Dedektifleri Projesi ile trafik kazalarının engellenmesinde kalıcı bir çözüm yaratılması, toplumsal duyarlılığın artırılarak trafik kazalarının azaltılması, trafik denetimlerinin gerekliliği konusunda kamuoyu algısının güçlendirilmesi, trafik kuralları konusunda farkındalık oluşturulması yoluyla mevcut algıda değişikliğin sağlanması ile trafiği güvenli, ulaşımı konforlu bir ülkeye dönüşüm hedeflenmektedir (<https://www.opet.com.tr/trafik-dedektifleri>).

- **Kurumsal Hayırseverlik ve Örnek Proje / Tarihe Saygı Projesi**



Bir kurumun, bir hayır derneğine sosyal bir amacı gerçekleştirmek için çoğunlukla yapmış olduğu nakit bağışlar, hibeler ve aynı hizmetler şeklinde tanımlanan kurumsal hayırseverlik sınıflandırmasına örnek teşkil eden proje Koç Holding bünyesinde bulunan OPET'in Şubat 2006'da başlattığı "Tarihe

Saygı Projesi’dir. Bu proje, Koç Holding bünyesinde yer alan Opet’in Gelibolu Yarımadasının iyileştirilmesi ve güzelleştirilmesi konusunda yaptığı yatırımları içerdiği için kurumsal hayırseverlik sınıflandırmasına örnek proje olarak seçilmiştir.

Bu proje Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı içerisindeki köyleri ziyaret eden yerli-yabancı turistin bölgeyi sorunsuz olarak gezmelerini sağlayacak fiziki ve sosyal çalışmaları içermektedir.

Proje, Çanakkale Savaşı’nın geçtiği bölgenin rehabilitasyonun tamamlanması ile bölgenin yeni bir çehreye kavuşması, çağdaş bir görünüme kavuşan köy meydanları, müzeler, modern tuvaletler, yenilenen satış reyonları, bölge turizmini canlandırarak, köy muhtarlıklarının gelirlerini de artırdı. Bölgeyi ziyaret eden öğrencilerin konaklamasına imkan verildi. Eceabat sahiline açık hava müzesi niteliğinde bir park yapıldı. Bölgenin bütünsel bir simgesi olan Tarihe Saygı Parkı , Çanakkale Savaşı’nın tüm detaylarını gözler önüne serecek şekilde donatıldı. Parkın; ziyaretçilere, savaş dönemini yerinde ve uygulamalı olarak görebilmelerini sağlayacak, eğitici bir misyon üstlenmesi de hedeflendi. Gelibolu Yarımadası’ndaki 57. Alay şehitliği Yenileme Projesi ile şehitlik, Çanakkale Savaşı’nda kahramanca canlarını veren şehitlerimize yakışır bir düzenlemeyle tarihe tekrar kazandırıldı (<https://www.opet.com.tr/tarihe-saygi>)

- **Toplum Gönüllülüğü ve Örnek Proje / Ülkem İçin**



Bir kurumun iç ve dış hedef kitesini, sosyal bir amaca katkı sağlamak için zamanlarını bağışlama konusunda desteklediği bir girişim olarak tanımlanan toplum gönüllülüğü için örnek teşkil eden proje Koç Holding’in yürüttüğü “Ülkem İçin” projesidir. Bu proje Koç Holding çalışanlarını ve ilişki içinde olduğu dış hedef kitesini toplumsal sorunlara karşı katılımcı bir politikaya teşvik ettiğinden dolayı toplum gönüllülüğü sınıflandırmasına örnek oluşturan proje olarak belirlenmiştir. Koç Topluluğu şirketleri, çalışanları, bayileri ve tedarikçileri arasında sosyal sorumluluk olgusunu yaygınlaştırarak, toplumsal sorunlara karşı daha katılımcı bir tutum geliştirmeyi ve yerel gelişimi destekleyerek yaşam standardını yükseltecek projelerin hayata geçirilmesini sağlamaktadır. Koç Holding’in 80. yılında hayata geçen bu proje, sorumlu vatandaşlık bilinci doğrultusunda bireysel girişimciliğin tüm Türkiye genelinde kurumsal bir şemsiye altında gerçekleştirilmesi fikrine dayanmaktadır. (<https://www.koc.com.tr/tr-tr/faaliyet-alanlari/projeler/ulkem-icin>)

- Proje Kapsamında;

- 2008-2009 yıllarında TEMA Vakfı ve Orman Bakanlığı işbirliğiyle Türkiye'nin 7 bölgesinde Ülkem İçin Ormanları oluşturulmuştur, 1.084.000 fidan dikildi ve 81 ilimizde de 18 bini aşkın ilköğretim öğrencisine çevre eğitimleri verilmiştir.
- 2010-2011 yıllarında ülkemize gönüllü ve düzenli kan bağışçıları kazandırmak amacıyla Kızılay ile “Ülkem İçin Kan Veriyorum” kampanyası düzenlenerek, 103.000 kişi konu hakkında bilinçlendirilmiş, 83.579 ünite kan bağışlanmıştır.
- **Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları ve Örnek Proje / Opet Temiz Tuvaletler**



Bir kurumun benimsediği ve yürüttüğü toplumun refahını iyileştirme ve çevreyi koruma sosyal konuların destekleyen isteğe bağlı iş uygulamaları ve yatırımları olarak tanımladığımız sosyal açıdan sorumluluk taşıyan iş uygulamalarına örnek teşkil eden projemiz OPET'in 2000 yılından bu yana sürdürdüğü ve Türkiye'de yapılan en uzun soluklu toplumsal projelerden biri olan *Temiz Tuvaletler* projesidir. Temiz Tuvaletler projesi Türkiye'nin gündemine “tuvalet temizliği ve hijyen” konularını getirerek, ülkede bu konuda bir bilinç oluşmasına katkıda bulunmak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Önce kendi istasyonlarından işe başlayan OPET, zamanla projeyi, tüm yurda yaymış ve Opet istasyonlarında, sadece standart kurumsal görüntü ve hizmet kalitesi ile değil, temizlik ve hijyene verdiği önemle de farklılığını vurgulayarak, bunu kalıcı hale getirmeyi başarmıştır (<https://www.opet.com.tr/Temiz-Tuvalet>)

SONUÇ

Artan rekabet ortamı, değişen müşteri potansiyeli, teknolojiye yaşanan dönüşümler kurumları kendilerini ifade etmek ve hedef kitlesinin gözünde imajını arttırmak için yeni alanlar bulmaya yönlendirmiştir. En genel tanımı ile kurumların toplumdan aldığını topluma vermek olarak bildiğimiz kurumsal sosyal sorumluluk bu alanlardan biridir.

Yapılan araştırmaya göre ülkemizde kendisine yeni yeni uygulama alanı bulan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı hakkında kurumların hem bu kavramı anlama hem de yaptıkları projeleri yürütme aşamasında bir karmaşa içinde olduğu gözlemlenmiştir. Bu kavram karmaşasının en önemli sebebi, sosyal sorumluluk ve kurumsal sosyal sorumluluk ayrımının kurumlar tarafından yeterince iyi anlaşılabilmesidir.

Araştırmanın örneklemini oluşturan Koç Holding ve Turkcell, Kotler ve Lee'nin yapmış olduğu kurumsal sosyal girişimler sınıflandırmasına örnek teşkil edecek projeler hayata geçirmişlerdir. Ancak yapılan incelemeler sonucunda Koç Holding ve Turkcell'in resmi web sitelerinde 'Sosyal Sorumluluk Projeleri' adı altında sekme bulunmaktadır ve yapmış oldukları projeleri bu sekme altında paylaşmaktadır. Bu durum henüz ülkemizde Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk ayrımının farkına varılmadığını göstermektedir. Bu bağlamda kurumların uygulamış olduğu projeleri herhangi bir sınıflandırma yapmaksızın sosyal sorumluluk kampanyaları olarak belirtmeleri bir eksiklik olarak görülmektedir. Çünkü kurumların yapmış oldukları projeler kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında aktarılan kurumsal sosyal girişimler sınıflandırmasının kriterlerine uygundur ve bu yüzden kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında değerlendirilmektedir.

Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse kurumsal sosyal sorumluluk kavramının doğru uygulanabilmesi için daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü kurumsal sosyal sorumluluk, kurumlar tarafından dikkate alınıp doğru uygulandığı takdirde kurumsal imaj, kurumsal itibar, kurumsal bağlılık gibi bir çok alanda fayda sağlamaktadır. Kurumlar iş çevreleri ve toplumla iyi ilişkiler kurarak takdir kazanırken, topluma ve çevreye faydalı bir kurum olduğunu göstermektedir. Bu sebepler göz önüne alındığında kurumsal sosyal sorumluluk kavramının anlam ve kapsam itibariyle bilinçli olarak uygulanabilmesi için profesyonel bir uygulama planına ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

Aktan, C.C.(2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: İGİAD Yayını.

Ersen, T. B. ve Kaya, D. ve Meydanoğlu Z. (2010). *Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu*. İstanbul: Tüsev Yayınları

Gürel Boran, T. (2015). *Türkiye'den Uygulama Örnekleriyle Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım

Kotler, P. ve Lee, N. (2008). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk çev. Sibel Kaçamak*. İstanbul: MediaCat Kitapları

Öztürk, M.C. ed. (2013). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını

Yurttadur, M. ed. ve Akın, I. ve Süzen, E. (2016) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Katkıları*. Almanya: Türkiye Alim Kitapları

https://www.koc.com.tr/tr-tr/faaliyet-alanlari/projeler/meslek-lisesi-memleket-meselesi_adresinden 10.03.2019 tarihinde alınmıştır.

https://www.koc.com.tr/tr-tr/faaliyet-alanlari/projeler/ulkem-icin_adresinden 10.03.2019 tarihinde alınmıştır.

<https://www.turkcell.com.tr/tr/hakimizda/sosyal-sorumluluk/toplumsal-sorumluluk-projelerimiz/kardelenler> adresinden 18.03.2019 tarihinde alınmıştır.

<https://www.opet.com.tr/trafik-dedektifleri> adresinden 18.03.2019 tarihinde alınmıştır.

<https://www.opet.com.tr/tarihe-saygi> adresinden 20.03.2019 tarihinde alınmıştır.

<https://www.opet.com.tr/Temiz-Tuvalet> adresinden 23.03.2019 tarihinde alınmıştır.