

T.C.
İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYAL PROJELER ve SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI YÖNETİMİ
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK DENEYİMİNİN ÇALIŞANLARIN SİVİL
TOPLUM ALGISINA ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI:

Begüm ÖZYER

114706014

Yrd. Doç. Dr. Ali Alper AKYÜZ

İSTANBUL

2017

KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK DENEYİMİNİN ÇALIŞANLARIN SİVİL
TOPLUM ALGISINA ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI:

A RESEARCH ON THE EFFECTS OF PARTICIPATION TO THE CORPORATE
VOLUNTEER PROGRAMS ON EMPLOYEES' CIVIL SOCIETY PERCEPTION

Begüm ÖZYER

114706014

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Ali Alper AKYÜZ

Jüri Üyesi: Doç. Dr. İtir ERHART

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Barış Gençer BAYKAN



Tezin Onaylandığı Tarih:

Toplam Sayfa Sayısı: ...124.....

Anahtar Kelimeler (Türkçe)

1)Kurumsal Gönüllülük

2)Kurumsal Sosyal Sorumluluk

3)Gönüllülük

4)Civil society

Anahtar Kelimeler (İngilizce)

1)Corporate Volunteerism

2)Corporate Social Responsibility

3)Volunteerism

4)Civil society

ÖNSÖZ

Bu tez hiç bitmeyeceğini sandığım ama çok şey öğrendiğim uzun bir araştırma ve keşif sürecinin ürünüdür. Tüm bu süreç boyunca benden umudunu kesmeyerek destek olan sevgili Yörük Kurtalan'a, son düzlükte verdiği unutulmaz motivasyonla zamanında teslim etmemi sağlayan değerli hocam Yrd.Doç.Dr. Ali Alper Akyüz'e, araştırmama en büyük katkıyı sağlayan kıymetli yöneticim Akbank Kurumsal İletişim Bölüm Başkanı Murat Göllü'ye çok teşekkür ederim.

Sıkıldığım her an beni motive eden Kıvılcım Zafer, destekleyen Vera, her türlü yönlendirmeyi yapan Esra Berberoğlu, sonsuz tahammül ve anlayış gösteren sevgili Kodluyoruz ekibi olmasaydı ben bu tezi yazamazdım. Bitmek bilmeyen ilgileri ve destekleri için çok teşekkür ederim.

Beni her kararında daima destekleyen sevgili aileme de her şey için teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	3
1. SİVİL TOPLUM KAVRAMI VE GÖNÜLLÜLÜK	3
1.1. SİVİL TOPLUM KAVRAMI.....	3
1.1.1. Tanımı ve Tarihçesi.....	3
1.1.2. Türkiye’de Sivil Toplumun Gelişimi	8
1.1.3. Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları.....	12
1.2. GÖNÜLLÜLÜK.....	15
1.2.1. Tarihçesi.....	16
1.2.2. Türkiye’de Gönüllülük.....	18
1.2.3. Gönüllülük Üzerine Tartışma Alanları.....	19
1.2.4. Gönüllülerin Motivasyonları.....	20
1.2.5. Gönüllülük Çeşitleri ve Gönüllülüğe Yeni Yaklaşımlar	22
İKİNCİ BÖLÜM.....	25
2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK.....	25
2.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI	25
2.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN TARİHİ	27
2.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK FİKRİNİN GELİŞİMİ	29
2.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ	30
2.4.1. Carroll’un KSS Modeli	31
2.4.2. Wood’un KSS Modeli.....	34
2.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK TEORİLERİ.....	36
2.5.1. Paydaş Teorisi	36
2.5.2. Sosyal Sözleşme Teorisi	37
2.5.3. Meşruiyet Teorisi	37

2.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞINA YÖNELİK EKONOMİK YAKLAŞIMLAR	38
2.7. TÜRKİYE’DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK LİTERATÜRÜ39	
2.7.1. Tarihsel Gelişimi.....	40
2.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN GENİŞLEYEN ÇERÇEVESİ	43
2.8.1. Kurumsal Sürdürülebilirlik	44
2.8.2. Kurumsal Vatandaşlık.....	45
2.8.3. Ortak Değer Oluşturmak Yaklaşımı.....	46
2.8.4. Kurumsal Gönüllülük.....	46
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	48
3. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK.....	48
3.1. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜĞÜN TANIMI	48
3.2. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK KAVRAMININ GELİŞİMİ.....	50
3.3. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK PROGRAMLARININ FAYDALARI/ETKİLERİ/FONKSİYONLARI.....	53
3.4. KURUMSAL GÖNÜLLÜLERİN MOTİVASYONLARI.....	56
3.5. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK PROGRAMINA KARŞI OLAN YAKLAŞIMLAR	57
3.6. TÜRKİYE’DE KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK UYGULAMALARI.....	58
3.7. TÜRKİYE’DE ÖNE ÇIKAN KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK PROGRAMLARI	61
3.7.1. Viko.....	61
3.7.2. Boyner Holding.....	61
3.7.3. Bilim İlaç.....	62
3.7.4. Koç Holding.....	62
3.7.5. Sabancı Holding	63
3.7.6. Borusan Holding	63

3.7.7. IBM	64
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	65
4. ÇALIŞTIKLARI ŞİRKETLERİN KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK PROGRAMINA KATILAN ÇALIŞANLARIN SİVİL TOPLUM ALGILARINDA GÖZLEMLENEN DEĞİŞİKLİKLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	65
4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI	65
4.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	65
4.3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMI VE SINIRLILIKLARI	67
4.4. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ	68
4.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	68
4.4.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Tekniği	69
4.4.3. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi	70
4.4.4. Araştırmanın Hipotezleri.....	71
4.5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUMLARI	72
4.5.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular	72
4.5.2. Katılımcıların Gönüllülük İle İlişisine Yönelik Bulgular	76
4.5.2.1. Katılımcıların İlk Ne Zaman Gönüllü olduklarına dair bir analiz...	76
4.5.2.2. Katılımcıların Desteklediği Bir STK Olma Durumuna Dair Analiz78	
4.5.2.3. Katılımcıların STK'ları Ne Şekilde Desteklediğine Dair Analiz	78
4.5.2.4. Katılımcıların Sivil Toplum Farkındalığındaki Değişikliğe Dair Analiz	80
4.5.2.5. Katılımcıların STK'lara Yönelik Davranışlarındaki Değişikliğe Dair Analiz	82
4.5.2.6. Katılımcıların Gönüllülük Önerisine Verdiği Yanıtlara Dair Analiz	84
4.5.2.7. Katılımcıların gönüllü projelerde yer almaya devam etme eğilimi.	86
4.5.3. Şirketlerinin Gönüllülük Rolüne Katkısına Yönelik Bulgular	87

4.6. HİPOTEZLENMEMİŞ SONUÇLAR	90
4.6.1. Gönüllülüğün Mesleki İlerlemeye Etkisi	90
4.6.2. Gönüllü Programların Şirket Bağlılığına Etkisi	92
4.6.3. Şirketin Çalışan Gönüllülüğü Programı İçin Yazılı Bir Politikası Olma	94
4.6.4. Şirketlerin Gönüllü Çalışmalara Yaklaşımı	95
SONUÇ VE ÖNERİLER	98
KAYNAKÇA	103
EK:	113

KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi

CSR Europe: Corporate Social Responsibility Europe (Kurumsal Sosyal Sorumluluk Avrupa)

IAVE: International Association for Volunteer Effort (Uluslararası Gönüllü Çalışmalar Birliği)

KSP: Kurumsal Sosyal Performans

KSS: Kurumsal Sosyal Sorumluluk

OECD: The Organisation for Economic Co-operation and Development Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

STÖ: Sivil Toplum Örgütü

TEGV: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı

TÜSEV: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı

UGK: Ulusal Gönüllülük Komitesi

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)

UNV: United Nations Volunteers programme (Birleşmiş Milletler Gönüllü Programı)

VFI: Volunteer Function Inventory - Gönüllü Fonksiyon Envanteri)

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.1. Gönüllülerin Motivasyonları	22
Tablo 2.1 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi.....	32
Tablo 2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Oluşturan Dört Unsur	34
Tablo 2.3. Wood'un KSS Motivasyonlarının Sınıflandırılması.....	35
Tablo 2.4. Kurumsal Sürdürülebilirlik	45
Tablo 3.1. Özel Sektör Gönüllüler Derneği (ÖSGD) Kurumsal Gönüllülük Ödülleri: Gönülde Ödüller.....	59
Tablo 4.1. Katılımcıların Yaşlarına İlişkin Bulgular.....	72
Tablo 4.2. Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Bulgular.....	73
Tablo 4.3. Katılımcıların Eğitim Durumuna İlişkin Bulgular	74
Tablo 4.4. Katılımcıların Ne Kadar Süredir Aynı Şirkette Çalıştıklarına İlişkin Bulgular.....	75
Tablo 4.5. Katılımcıların Toplumsal Bir Etkisi Olan Projede İlk Ne Zaman Gönüllü Olduğuna İlişkin Bulgular.....	76
Tablo 4.6. Katılımcıların Desteklediği Bir STK Olma Durumuna İlişkin Bulgular ..	78
Tablo 4.7. Katılımcıların Desteklediği STK'yı Ne Şekilde Desteklediğine İlişkin Bulgular.....	79
Tablo 4.8. Katılımcıların Gönüllü Olarak Katıldığı Koşu Sonrası Gözlenen Algı Değişikliğine İlişkin Bulgular	81
Tablo 4.9. Katılımcıların Gönüllü Olarak Katıldığı Koşu Sonrasında Gözlenen Davranışlara İlişkin Bulgular	83
Tablo 4.10. Katılımcıların Gönüllülük Önerisine Verdiği Yanıtların Dağılımına İlişkin Bulgular	85
Tablo 4.11. Katılımcıların Gönüllü Projelerde Yer Almaya Devam Etme Eğilimine İlişkin Bulgular	86
Tablo 4.12. STK'ların Desteklenmesinde Kurumsal Gönüllülüğün Rolüne İlişkin Bulgular.....	88

Tablo 4.13. Katılımcıların Şirket Dışında Gönüllü Olarak Çeşitli Faaliyetlerde Yer Alma Durumlarına İlişkin Bulgular	89
Tablo 5. 14. Katılımcıların Yaşlarına Göre Gönüllülüğün Mesleki İlerlemeye Faydasına İlişkin Bulgular	91
Tablo 5.15. Katılımcıların Yaşlarına Göre Gönüllü Programların Şirket Bağlılığına Etkisine İlişkin Bulgular	92
Tablo 5.16. Şirketin Çalışan Gönüllülüğü Programı İçin Yazılı Bir Politikası Olma Durumuna İlişkin Bulgular	94
Tablo 5.17. Şirketlerin Gönüllü Çalışmalara Yaklaşımı Hakkında Çalışanların Düşüncelerine İlişkin Bulgular	95

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 4.1. Yaş Aralığına Göre Cinsiyet Dağılımına İlişkin Bulgular	74
Grafik 4.2. Eğitim Durumuna İlişkin Bulgular	75
Grafik 4.3. Aynı Şirkette Çalışma Süresine İlişkin Bulgular.....	76
Grafik 4.4. Katılımcıların İlk Ne Zaman Gönüllü Olduğuna İlişkin Bulgular	77
Grafik 4.5. Katılımcıların Desteklediği Bir STK Olma Durumuna İlişkin Bulgular.	78
Grafik 4.6. Katılımcıların Desteklediği STK'yı Ne Şekilde Desteklediğine İlişkin Bulgular.....	80
Grafik 4.7. Katılımcıların Gönüllü Olarak Katıldığı Koşu Sonrası Gözlenen Algı Değişikliğine İlişkin Bulgular	82
Grafik 4.8. Katılımcıların Gönüllü Olarak Katıldığı Koşu Sonrasında Gözlenen Davranışlara İlişkin Bulgular	84
Grafik 4.9. Katılımcıların Gönüllülük Önerisine Verdiği Yanıtların Dağılımına İlişkin Bulgular	86
Grafik 4.10. Katılımcıların Gönüllü Projelerde Yer Almaya Devam Etme Eğilimine İlişkin Bulgular	87
Grafik 4.11. STK'ların Desteklenmesinde Kurumsal Gönüllülüğün Rolüne İlişkin Bulgular.....	89
Grafik 4.12. Katılımcıların Şirket Dışında Gönüllü Olarak Çeşitli Faaliyetlerde Yer Alma Durumlarına İlişkin Bulgular	90
Grafik 4.13. Katılımcıların Yaşlarına Göre Gönüllülüğün Mesleki İlerlemeye Faydasına İlişkin Bulgular	92
Grafik 5.14. Katılımcıların Yaşlarına Göre Gönüllü Programların Şirket Bağlılığına Etkisine İlişkin Bulgular	93
Grafik 5.15. Şirketin Çalışan Gönüllülüğü Programı İçin Yazılı Bir Politikası Olma Durumuna İlişkin Bulgular	95
Grafik 4.16. Şirketlerin Gönüllü Çalışmalara Yaklaşımı Hakkında Çalışanların Düşüncelerine İlişkin Bulgular	97

ABSTRACT

The part that the companies should play in social issues has been a topic of discussion for both companies and the consumers for the last 30 years. The concept of corporate social responsibility has begun to appear in the agendas of corporate companies in Europe and the U.S. due to the increasing pressure on the companies by the civil movements and the public. It has also begun to be questioned whether these corporate companies fulfill their social responsibilities. More and more companies have started to execute social responsibility projects in Turkey after the development of civil society, the increase in the number of NGO's, and introduction of multinational companies to Turkish market in 1990's. The employees are actively involved in those projects occasionally and they engage in volunteerism. In this research, it has been questioned how those employees are affected from the volunteering that they had engaged in their companies in terms of change in civil society perception and their awareness towards social issues. In order to work on the same voluntary activity among all the companies, the Adım Adım project and the voluntary runners of corporate teams in Adım Adım Initiative were selected and a survey was conducted among the volunteers who had participated to Istanbul Marathons in November 2016 and November 2017.

ÖZET

Şirketlerin toplumsal konularda ne derece sorumluluk sahibi olduğu son 30 yıldır hem şirketler hem de tüketiciler nezdinde tartışılan bir konudur. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı Avrupa ve Amerika’da toplumsal hareketlerin ve kamuoyunun şirketlere yönelik artan baskıları sonucunda şirketlerin gündeminde yer almaya başlamış, işletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirip getirmediikleri sorgulanır olmuştur (Özdemir, 2009). Türkiye’de 1990’lardan itibaren sivil toplumun gelişimi, sivil toplum kuruluşlarının sayısındaki artış ve uluslararası şirketlerin Türkiye pazarına girmeye başlaması ile birlikte çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk projeleri de hayata geçirilmeye başlamıştır. Hayata geçirilen bu projelerde zaman zaman şirket çalışanları da aktif olarak yer almakta, çeşitli gönüllü faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Bu araştırmada çalıştıkları şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde gönüllü olarak yer alan çalışanlarının bu deneyimden nasıl etkilendikleri, sivil toplum algılarının ne şekilde değiştiği ve toplumsal konulara olan farkındalıklarında değişiklik olup olmadığı konu edilmiştir. Tüm kurumların gönüllülük projelerinin aynı olması için Adım Adım kapsamında kurumsal iyilik koşusuna katılan şirketler seçilmiş, Kasım 2016 ve Kasım 2017 İstanbul Maratonu’na katılan kurumsal gönüllüler ile anket çalışması hayata geçirilmiştir.

GİRİŞ

Günümüzde teknoloji ve iletişim araçlarının sağladığı imkânlar sayesinde bilgiye ulaşmak ve dünyanın neresinden olursa olsun gelişmeleri takip etmek tarihin hiç bir döneminde olmadığı kadar kolaylaşmış durumda. Medyanın yeni kullanım biçimleri sayesinde bilginin bu kadar erişilebilir olması bireylerin içinde bulundukları toplumda ortaya çıkan sorunlara karşı duyarsız kalamamasına yol açıyor.

1960’lardan itibaren özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa’da şirketlerin yol açtığı skandalları protesto etmek için harekete geçen ve eylem yapan bireyler şirketleri bu konuda yasal politikaların zorlamasını beklemeden harekete geçmeye zorladı. Bireylerin bu tepkilerini gösterebilmelerini sağlayan en önemli önkoşullardan biri ise sivil toplumun gelişmiş olması, bireylerin çeşitli taleplerini kamusal alanda dile getirebiliyor ve kurumların çatısı altında örgütlenebiliyor olmasıydı.

Çok sesliliğin ve katılımcı demokrasinin önemli yapıtaşlarından biri olan ve bireylerin kar amacı gütmeksizin gönüllü olarak kamu görevlerine katılımını sağlayan sivil toplum örgütleri bu süreçte bir denetim ve kontrol mekanizması olarak önem kazanmaya ve lobicilik faaliyetleri ile uluslararası politikaları etkilemeye başladı.

Sivil toplum örgütlerinin kurumsallaşmasını sağlayan bu sürecin özel sektöre yansımaları da çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk politikalarının ve uygulamalarının zorunlu olarak hayata geçirilmesi oldu. Kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik, kurumsal vatandaşlık gibi kavramlar neredeyse tüm şirketlerin gündemine girdi ve faaliyet raporlarında yer almaya başladı. Bunun yanı sıra yeni kuşak çalışanların gönüllülük programlarını destekleyen kurumlarda çalışmayı tercih ettiğini, bu programların çalışan bağlılığını arttırdığını ortaya koyan çalışmalar şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk politikalarının bir parçası olarak kurumsal gönüllülük programlarını uygulamaya koymasına yol açtı. Kurumsal gönüllülük programları hem şirketlere hem sivil topluma fayda sağlarken gönüllülerin kendisine de katkısı olan,

kazan-kazan-kazan durumu yaratan bir uygulama örneği olarak değerlendirilmektedir. Öte yandan ortaya çıkan gönüllü çalışmanın emek piyasasında ne şekilde karşılık bulduğu, kurumsal gönüllülük programlarının şirketlerin karlılığına dolaylı olarak katkı sağlıyor olması bu programlara yönelik eleştirileri de beraberinde getirmektedir.

Bu araştırma kurumsal gönüllülüğü çalışanların sivil topluma bakış açısı üzerinden ele alacaktır. Çalışanların sivil toplum örgütlerine yönelik algısındaki değişiklikleri ölçmeyi hedefleyen bu araştırma dört bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde sivil toplum, sivil toplum örgütleri ve gönüllülük kavramları ele alınmıştır. Sivil toplum örgütleri ve toplumsal örgütlenmelerin ana öğelerinden biri olan gönüllülüğün dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimi üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde kurumsal gönüllülüğün kavramsal altyapısını oluşturan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı yazını incelenmiş bu konudaki teoriler ve kurumsal sosyal sorumluluğun alt başlığı olarak kurumsal gönüllülüğün ortaya çıkışı değerlendirilmiştir.

Üçüncü bölümde ise kurumsal gönüllülük kavramının üzerinde durulmuş kurumsal gönüllülüğün gelişimi, kavramsallaşması ve örnekleri irdelenmiştir.

Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde kurumsal gönüllülük üzerine yapılan araştırmaya yer verilmiştir. Araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama yöntemi ile araştırmanın sonuçları değerlendirilmiştir.

Tezin teorik kısmında Türkçe ve yabancı çeşitli kaynaklarda yer alan görüşler ve araştırma sonuçlarından ortaya çıkan bulgulardan oluşmaktadır. Pratik kısmında ise araştırmanın hipotezini destekleyecek veriler anket yolu ile elde edilmiştir. Bu veriler SPSS programı ile araştırma çıktılarına dönüştürülmüştür.

BİRİNCİ BÖLÜM

SİVİL TOPLUM KAVRAMI VE GÖNÜLLÜLÜK

1.1. SİVİL TOPLUM KAVRAMI

Sivil toplum kavramı Batı politika tarihinin temelde yer alan, Avrupa siyasal geleneğinin içinde doğup gelişen ve teorik altyapısı milattan öncesine kadar temellendirilebilen bir kavramdır. Bu bölümde sivil toplumun Türkiye’de ve dünyada gelişimi ile sivil toplumun en önemli yapıtaşlarından olan gönüllülük kavramı ele alınacaktır.

1.1.1. Tanımı ve Tarihçesi

Aristoteles’nun kullandığı *politike koinonia* kavramı sivil toplum teriminin ilk hali olarak kabul edilir. Bu kavram hukuki olarak belirlenmiş bir yönetim sistemi içinde eşit ve özgür vatandaşların, kamusal, etik-siyasi bir topluluğu olarak tanımlanmıştır (Gönenç, 2001). Aristoteles sivil toplumu devlet ile eş anlamlı kullanır ve siyasal olan ile sivil olan ayrımı yapmaz. Kavram 18. yüzyılda sosyal sözleşme teorisyenlerine kadar mensupların kendi yasalarını altında toplayan bir siyasal birliktelik tipi anlamında kullanılmış (Keane, 1993), devlet ile siyasal iktidar karşıtı/ alternatifi/dışı bir alan olarak ele alınması ise 18. yüzyıldan sonra olmuştur.

Kavram, 18. yüzyılda Avrupa’da toplumsal sözleşme kuramları çerçevesinde ele alınmıştır. Toplumsal sözleşme teorisyenleri insanın doğal halinde çatışma içinde olacağını, insanların mülkiyetin ortaya çıkmasıyla başlayan sorunları çözmek için şiddete başvuracağını öne sürerler. Bunun önüne geçmek için bireyler sahip oldukları hakları kendilerinden büyük bir iktidara kendi iradeleriyle devrederler. İlkelin karşısında yer alan medeniyetle eşleştirilen bu alan da sivil toplumdur. Devlet – sivil toplum özdeşliği Hobbes’ta ortaya koyulmaktadır. Hobbes insanları dış saldırılardan ve birbirlerine verecekleri zarardan korumanın en iyi yolunun bütün gücü tek bir iradeye devretmek olduğunu öne sürer. Hobbes burada diğer sosyal sözleşmeciler

teorisyenlerin aksine sözleşmeyi devlet otoritesini güçlendirmek için gerekli görmektedir (Gönenç, 2001). Bireylerin bir araya gelerek içinde bulundukları çatışmadan kurtulmak için kendi bireysel çıkarlarını ve iradelerini genel bir iradeye devretmeleri gerektiğini ifade eden bir diğer isim de Rousseau'dur. Rousseau toplumların doğal hallerinden sivil topluma geçtiklerinde yeni yasalar oluşturacaklarını ifade etmektedir. Bu yeni toplum yapısında doğal yasalar yer almaya devam edecek, bu sayede yeni düzenin egemen iradesi bireylerin doğal hakları aracılığıyla güvence alınmış olacaktır (Gönenç, 2001).

John Keane(1993) sivil toplumunun gelişme ve modernleşmesi sürecini 4 evreye ayırarak analiz etmektedir. Devlet ile eş anlamlı kullanılan klasik sivil toplum kavramının değişmesinin ilk işaretlerini 18. yüzyıl ortalarında birden çok yapıtta bulunabileceğini vurgulayarak Adam Ferguson'ın "An Essay on the History of Civil Society" adlı eserini ele alır (Keane, 1993). Ferguson sivil toplumu devletten ayrı bir yapı olarak ortaya koymaz, "kendi kültürel başarılarını, kamusal ruhunun yanı sıra mekanik ve ticari zanaatlarını düzenli yönetim hukuk devleti ve güçlü savunma yolu ile koruyan ve zarıflaştiren bir siyasal düzen tipi" olarak ele alır (Keane, 1993, s. 54). Ona göre sivil toplumdaki iş bölümü bireyler arasındaki bağların zayıflamasına sebep olur, kamu ruhundaki yozlaşmalar ortaya çıkar ve bu yozlaşmalar da despotik yönetimin yolunu açmaktadır. Bu yozlaşmalara karşı Ferguson'un önerisi yurttaş örgütlenmelerinin oluşturulması ve güçlendirilmesidir (Keane, 1993, s. 66).

Keane sivil toplumun modernleşmesi sürecindeki ikinci evrede devlet ve sivil toplum ikiliğinin ortaya çıkmaya başladığını ifade eder. Paine'nin 1791'de Amerikan Devrimi'nin iyimserliği ile yazdığını vurguladığı eserinde sivil toplumu devletlerin oluşumundan da önce var olan doğal bir toplumsallık olarak nitelendirildiğini söyler. Paine, doğal olarak kendi kendini düzenleyen ve sınırlandırılmış bir devlet tarafından idare edilen bir toplumu olumsuz anlamlar atfettiği despotik devlet sistemi ile karşılaştırır. Devletler doğal toplumsal temeller üzerine inşa edilmişlerse bireyler arasındaki özgürlüksüz, eşitsizlik ve çatışmaların ortadan kalkacağını, toplumsal

bölünmelerin yerini medenileşmiş bir topluma bırakacağını savunmaktadır (Keane, 1993, s. 66).

Üçüncü tarihsel dönemde sivil toplum kavramına yöneltilen olumlu düşünceler dizginlenmiş, sivil toplumun devlet gözetiminde olması gerektiğine dair bir yaklaşım geliştirilmiştir (Keane, 1993, s. 67). Sivil toplumu devletten ayırarak bir sosyal düzen olarak ele alan ilk düşünürün Hegel olduğu söylenebilir (Gönenç, 2001). Hegel'in yaklaşımında iki yenilikçi nokta bulunmaktadır. Paine'nin tersine sivil toplumu doğal bir alan olarak değil de *“ataerkil hane düzeninin basit dünyası ile evrensel devlet arasında konumlanmış bulunan tarihsel olarak üretilmiş ahlaki yaşam alanı”* olarak ele almıştır ve bu alan tarihsel dönüşüm sürecinin bir ürünüdür. . Hegel'in bu konudaki ikinci katkısı da doğalcılık eleştirisidir. Paine tarafından geliştirilen doğada her şeyin düzen içinde olduğu varsayımını da reddetmektedir (Keane, 1993, s. 67) Hegel sivil toplumu bir ihtiyaçlar sistemi olarak ele alır. Bu sistem ekonomik, sivil ve sosyal kurumları da içermektedir; bireylerin ihtiyaçlarına göre farklı korporasyonların içinde yer aldığı sistemlerden oluşan bir organizma görüntüsündedir. Bu korporasyonlar bireylerin özel menfaatlerini evrensele taşıma işlevine sahiptir, çıkışı ekonomik ilişkilere bağlı olsa da geldiği nokta itibarıyla toplumsal işlevler üstlenen sivil toplumun vazgeçilmez bir ögesi konumundadır (Gönenç, 2001, s. 23). Dolayısıyla Hegel'in ele aldığı şekliyle sivil toplum, tarihsel bir gelişme olarak modern bir toplumda olgunlaşarak, pazar ekonomisi, sosyal sınıflar, ekonomik şirketler, bireyler ve devlete bağımlı olmayan her türlü kurum ve kuruluşu kapsar (Bayhan, 2002). Karl Marx sivil toplumu tarihsel bir dönemde bulunan toplumsal bir aşama ve insanlar arasındaki ilişkinin bir formu olarak ele alır (Gönenç, 2001). Marx'a göre 18. yüzyılda burjuvaziyle birlikte gelişen sivil toplum bir iktisadi ilişkiler alanı olarak alt yapı, devletse hukuki ve siyasi üst yapıyı oluşturan üst yapıdır. Dolayısıyla sivil toplum devletin sosyo-ekonomik temelini oluşturmaktadır ve devletin faaliyeti de hâkim sınıfın çıkarları doğrultusunda gerçekleşmektedir (Tamer, 2010).

Keane'in ele aldığı dördüncü tarihsel dönemde Tocqueville'in altını çizdiği yeni bir tehlike ortaya çıkmaktadır; yeni bir devlet despotizminin ortaya çıkması (Keane, 1993). Bu aşamada devlet müdahalesinin sivil toplumu yavaş yavaş boğacağından korkulmaya başladığı noktadır Fransız İhtilali'nden hemen sonra yetişen Alexis de Tocqueville 1840 yılında yayınlanan "Amerika'da Demokrasi" adlı eserinde, sivil toplumu devletle beraber yürüyen bir mekanizma olarak ele almış, sivil toplum ve devletin yanına bir de siyasi toplumu eklemiştir. Siyasi toplumda jüri, parti, lokal gibi çeşitli siyasi birlikler bireyler devlete karşı korumak için yer almaktadır (Gönenç, 2001). Tocqueville devletin siyasi gücü kötüye kullanma olasılığına karşı bu sivil toplum örgütlerinin devlete karşı bireyi koruyan, özgürlük ve özerkliğin korumacısı bir pozisyona sahip olduğunu öne sürmüştür (Tocqueville, 2002). Tocqueville'in burada ele aldığı Keane'in vurguladığı siyasi tehlike halkın kendi seçtiklerinin uygulayacağı despotizm tehlikesidir. Bu tehlikenin en aza indirilmesi için siyasal iktidarın farklı ellere dağıtılmasını ve sık sık el değiştirmesini önermekte, devlet kurumlarının dışında bulunan sivil örgütlenmelerin ise bu tehlikeye karşı bir fren mekanizması olarak güçlendirilmesinin zorunlu olduğunu ifade etmektedir (Keane, 1993, s. 81). Tocqueville sivil toplumun, hayata geçirdiği aktiviteler ve katılımcı bireyler anlamında gönüllülük esasına dayandığını, aile ve devlet arasında kalan alanda yer alan tüm ilişkileri ve ağları (STK'lar, dini grup ve kurumlar, mesleki örgütlenmeler, kendine yardım amaçlı gruplar, sosyal hareketler, bağımsız medya...) içerdiğini ifade etmektedir.

Sivil toplum ve devlet arasında ayırım yapan bir diğer düşünür de Gramsci'dir. Gramsci'ye göre sivil toplum Marx'tan farklı olarak altyapısal alana değil, üstyapısal alana aittir. Sivil toplumu sadece ekonomik ilişkiler ağı olarak görmeyen Gramsci'ye göre, sivil toplum bir sosyal grubun bütün toplum üzerinde yürüttüğü kültürel hegemonyasıdır (Bayhan, 2002). Gramsci *hegemonya* kavramını bir yönetici grubun kendi hâkimiyeti için yönettiği insanların rızasını alma biçimi olarak tanımlar. Ona göre, devlet yani politik toplum yönetme ve zorlama aygıtından oluşurken, sivil toplum

kültür ve ikna işlevin den oluşmaktadır (Tamer, 2010). Gramsci hegemonyanın kaynağı olarak gösterdiği sivil toplum kavramına eleştirel bir yaklaşım sergilemiştir.

Sivil toplum kavramı 19. yüzyılın sonuna kadar siyasi düşünce alanında önemli bir kavram olarak ele alınmış, sonrasında 20.yüzyılın son çeyreğine kadar geri planda kalmıştır (Gönenç, 2001). Fuat Keyman ilk dalga sivil toplum kavramının modern toplumun tanımlanmasında önemli bir işlev gördüğünü, sivil toplumun *“bireysel hak ve özgürlükleri simgelerken, bu hak ve özgürlüklerin yasal dayanağını gündeme getirmekte olduğunu ve devlet denetimi dışında ve yasal güvence altında bir toplum düşüncesini yaşama geçirmekte olduğunu”* ifade eder (Keyman, 2017). Keyman’a göre sonrasında gelişen ikinci dalga sivil toplum tartışması, sivil toplumla demokratikleşme arasında ilişki kurarak özgünlük kazanır. Sivil toplum kavramının tekrar gündeme gelmesinde soğuk savaş sonrası Batı’da yaşanan iktisadi dönüşüm süreçleri ve toplumsal hareketlerin yanı sıra Merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerinde yaşanan demokrasiye geçiş süreçleri etkili olmuştur. Sovyet Bloku’ndan ayrılan ülkelerdeki demokrasilerin ilk görevi Batı’nın başarıyla tamamladığı sosyal bir aşama olarak gördükleri sivil toplumu oluşturan örgütsel yapıları inşa etmek, bu sayede ekonomik alanda pazar, siyasi alanda demokrasinin sosyolojik karşılığı olarak görülen sivil toplum ile saçıyağını tamamlamaktı (Gönenç, 2001).

Modern sivil toplum kavramını ele alan bir diğer düşünür de Habermas olmuştur. Kamusal alan kavramını ele aldığı ve antik dönemden bugüne geçirdiği kavramın geçirdiği dönüşümü anlattığı *“Kamusal Yapısal Dönüşümü”* eserinde Habermas, (1997) *“Sivil toplumun kurumsal çekirdeğini, kiliselerden, kültür derneklerinden ve akademilerden bağımsız medyaya, spor ve hobi derneklerine, tartışma kulüplerine, vatandaş forumlarına ve yurttaş inisiyatiflerinden meslek birliklerine, siyasal partiler, sendikalara ve alternatif kurumlara dek uzanan devlet-dışı ve ekonomi-dışı birlikteliklerin oluşturduğunu”* söyler (Habermas, 1997, s. 396-404).

Günümüzde sivil toplum kavramı yurttaşlık ve demokrasi kavramlarıyla birlikte tartışılmaktadır. Oy çokluğunu temel alan temsili demokrasinin çoğunluk sultasına dönüşebilme tehlikesi ve azınlık grupları dışlayıcı niteliği çoğulcu ve katılımcı demokrasi anlayışının gelişmesine yol açmıştır. Temsili demokrasilerde vatandaşın beklenen tek şey oy kullanma yöntemi ile siyasal gücü kimin kullanacağını belirlemek iken katılımcı demokrasilerde vatandaşların daha aktif olarak rol alması beklenmektedir (Tekeli, 2004). Katılımcı demokrasilerde vatandaşların sivil oluşumlar içinde örgütlenmeleri ve bu sayede içinde bulundukları kamusal alanı dönüştürmeleri beklenmektedir. STK'lar da bireylerin genellikle gönüllü olarak rol aldığı ve toplumu dönüştürme veya aktif olarak var olabilmelerini sağlayan yapılar olarak öne çıkmaktadır (Yurttagüler, Gönüllülük ve Katılım, 2006) (Yurttagüler & Akyüz, Gönüllülerle İşbirliği, 2006).

Sivil toplumun çok sesli demokratik bir ortam olarak gelişebilmesi için en önemli yapıtaşları bu alanda yer alan örgütlenmelerdir. Uluslararası literatürde daha çok Non-Governmental Organizations (Hükümet Dışı Kuruluşlar) ya da Non-Profit Organizations (Kar Amacı Gütmeyen Kuruluş) olarak da yer bulan bu grupları ifade etmek için Türkçe'de daha çok "Sivil Toplum Kuruluşları" (STK) veya "Sivil Toplum Örgütleri" (STÖ) kavramları kullanılmaktadır. Örgütsel bir alan boyutu olarak olarak sivil toplumun gelişebilmesi için siyasal ve ekonomik toplumdan bağımsız olması ve STK'ların da gönüllü kuruluşlar olarak devlet denetiminin dışında olması gerekmektedir (Keyman, 2006)

1.1.2. Türkiye'de Sivil Toplumun Gelişimi

Türkiye'de 2000'li yılların başından itibaren hem akademik hem de kamusal söylem içinde sivil toplum kavramının canlandığını, sivil toplum faaliyetlerinin ülke genelinde arttığını ve yaygınlaştığını söylemek mümkündür. Sivil toplum kuruluşları da toplumsal değişimin önemli aktörlerinden biri konumuna yükseldiği gözlemlenmektedir (Bikmen & Meydanoğlu, 2006).

Keyman sivil toplumun gelişmesi sürecini anlatırken tarihsel bağlamda üç döneme ayırmaktadır. Sivil toplumun ilk oluşma dönemi olarak ele aldığı 17. ve 18. yüzyıldan bahsederken demokrasinin varlığının referans olarak alınması gerektiğini fakat Türkiye’de sivil toplumun gelişmesinden bahsederken bu ilk dönemde demokrasiye referans vermenin mümkün olmadığını ifade eder (Keyman, 2004).

Binnaz Toprak (1996) sivil toplumun gücünün devletin üzerinde ilk etkilerinin Tanzimat Döneminde görüldüğünü belirtmiştir. Osmanlı Devleti’nde ilk defa Tanzimat Dönemi modern anlamda sivil toplumun etkisinin devlet üzerinde hissedildiği ve birçok siyasi parti, iktisadi ve sosyal kuruluş ile zanaatkâr odasının ilk defa kurulduğu dönem olmuştur (Toprak, 1996, s. 90). Bu dönemde medrese, tarikatlar, vakıflar gibi geleneksel sivil toplum kurumlarının yanında, özel teşebbüs, ekonomik gruplar, siyasal partiler, dernekler, işçi hareketleri, kadın hareketleri, medya ve siyasal ideolojiler gibi modern sivil toplum unsurlarının da geliştiği söylenebilir. Aynı örgütlenme hareketi 1. Dünya Savaşı (1918-1922) süresince dahi 45 siyasal parti ve organizasyonla devam eder (Toprak, 1996, s. 90). Fakat Cumhuriyet’in ilk yıllarında “devletin modernleşmesine ve sınıfsız, imtiyazsız, kaynaşmış bir toplum yaratılmasına” öncelik verilerek çoğulcu siyasal yapıyı oluşturan bu farklı oluşumların terk edilmesi sağlanmıştır (Çaha, 2005; Çaha, 1995). Devlet bir taraftan modernleşmeyle uyumlu bir örgütsel yaşamı hayata geçirip desteklemiş, diğer taraftan da kendi gündemine aykırı bir örgütsel yaşamın gelişmesinin önüne set çekmiştir. Bu süreç 1946’da çok partili sisteme geçene kadar devam etmiştir (Toprak, 1996). 1946 yılında hayata geçen Dernekler Yasası sivil toplum alanındaki özgürlükleri genişletmesiyle hem dernek hem sendika etkinliklerinde bir canlanma gözlenmiştir. 1950’de Demokrat Parti’nin iktidara gelmesi ülkenin çeperlerindeki toplumsal sınıflara merkezde temsil gücü vermiş; “göreceli daha sivil ve tabandan bir sivil katılım sağlayarak” bireysel hak ve özgürlüklerin gelişimine katkıda bulunmuştur (İçduygu, Meydanoğlu, & Sert, 2011). Şerif Mardin (1990) Demokrat Parti’nin iktidara gelişini merkez-çevre ikiliği çerçevesinde analiz eder ve Osmanlı Devleti döneminden itibaren siyasal ve ekonomik

yaşamının temel sorunu olarak merkezde olan *yönetici elitler* ile modernleşme süreci boyunca dinsel kurumlarla gittikçe daha fazla özdeşleşen çevre arasındaki kopukluğa işaret eder (Mardin, 1990). Demokrat Parti'nin iktidara gelmesi ile siyaset- devlet- toplum ilişkilerinde paradigma değişimi olmuş, çevre güçler arasında bir ittifaka dayanan toplumsal tabanın ilk defa merkezde yer almasına yol açmıştır (Yeğen, Keyman, Çalışkan, & Tol, 2010).

1960-1980 arasındaki yıllar politik partilerin ve sivil örgütlerin sayısında bir artış gözlemlendiği söylenebilir. Fakat dönemin politik atmosferi sağ ve sol görüşlü gruplar arasındaki silahlı mücadele ile şekillenmiş ve çok seslilik 1980'de gerçekleşen darbe ile sona ermiştir (Toprak, 1996). Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TUSEV) tarafından 2006'da hayata geçirilen Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Değişim Süreci raporunda 1980 sonrası Türkiye'de sivil toplumun gelişimi aşağıdaki şekilde ele alınmıştır:

“1980'den sonra Türkiye'de sivil toplumun gelişmesi, devletin toplumsal yaşam üzerindeki gücünün azalmasına yol açan bir dizi tarihsel değişim ve dönüşüme bağlı olmuştur. Ekonomide serbest pazar-temelli ihracata dönük sanayileşmeye geçiş, siyasal ve kültürel yaşamda ortaya çıkan dinsel ve etnik temelli kimlik talepleri ve küreselleşme sürecinin başlaması Türkiye'de sivil toplumun devlet denetimi dışında gelişmesini sağlayan etkenler olmuştur.” (Bikmen & Meydanoğlu, 2006)

Bu dönemde çevre, sağlık, turizm, eğitim, insan hakları, kadın hakları, dini haklar, etnik haklar ve Alevi kimliği gibi söylemler gelişmeye başlamış ve bu söylemleri seslendirmek üzere birçok yeni sivil toplum örgütü kamusal alanda boy göstermeye başlamıştır (Çaha, Çaylak, & Tutar, 2013). 2000'li yılların başında Türkiye'de sivil toplum kavramının gündeme gelmesine yol açan birkaç dönüm noktası yaşanmıştır. Bunlardan ilki HABİTAT konferansının 1996 yılında Türkiye'de düzenlenmesidir. Bir diğer çarpıcı olay, 1999 yılında gerçekleşen ve resmi rakamlara göre 17 binden fazla insanın ölümüne yol açan 17 Ağustos depremidir. Özellikle arama kurtarma sürecinde ve sonrasındaki insani yardım dağıtım aşamasında devlet kuruluşlarının ve imkânların

yetersiz kalmasıyla AKUT Arama Kurtarma Derneği gibi sivil toplum örgütleri öne çıkmış, sonrasında da çeşitli yeni örgütlenmelerin artmasında, kurumsal ve bireysel gönüllü oluşumların oluşmasında etkili olmuştur. (Göçenoğlu & Onan, 2008)

Siyasi ve ekonomik istikrarın oluşması için sivil toplumun gerekliliğini gösteren bir diğer önemli olay da Şubat 2001’de gerçekleşen ekonomik krizdir. Gerçekleşen ekonomik kriz Türkiye’de politik anlamda bir kırılma yaratmış ve Kasım 2002 milletvekili seçiminde Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) neredeyse on yıldan sonra tek parti hükümetini kurabilen tek parti olarak iktidara gelmiştir. Önceki seçimlerde koalisyon hükümeti kuran üç parti ve iki muhalefet partisinin barajı aşmadığı bu seçimler sonrasında AKP katılımcı demokrasinin önemini vurguladığı bir deklarasyon yayınlarak sivil toplum için elverişli bir platform ortaya koymuştur (Keyman, 2006) 2002’de iktidara gelen Ak Parti’nin meşruiyetini temel aldığı iki konudan bir tanesi IMF’in desteklediği yeniden yapılandırma programının sonucu olarak gözlemlenen ekonomik iyileşme diğeri de katılımcı demokrasi, insan hakları, sivil toplumun önemi gibi konularda AB’nin desteklediği reform süreçleri olmuştur (Ararat & Göçenoğlu, 2008) Bu süreçteki bir diğer önemli gelişme de Avrupa Birliği (AB) üyelik sürecinde Türkiye’nin attığı adımlardır. 1999 ve 2001 yıllarında gerçekleşen bu açılımlar sivil toplumun gelişimi açısından oldukça büyük öneme sahiptir (Yeğen, Keyman, Çalışkan, & Tol, 2010). 2001 yılında, Türkiye’nin AB üyelik süreci çerçevesinde tam üyelik müzakerelerine başlayabilmesi için yerine getirmesi gereken siyasi kriterler olan Kopenhag Kriterleri kabul edilmiş; bu sebep ile çeşitli politik ve yasal değişiklikler zorunlu olarak hayata geçirilmiştir (Bikmen & Meydanoğlu, 2006).

2000 sonrasında Türkiye’deki sivil toplumun gelişimine bakıldığında AB üyelik süreci kapsamında temel özgürlüklerin çerçevesini geliştirecek iyileştirmeler yapılmasına rağmen uygulamada sorunlar ve kısıtlamalarla karşılaşmaya devam edilmiştir. CIVICUS tarafından hazırlanan Sivil Toplumun Durumu 2015 raporu, Türkiye’de sivil alanın giderek daraldığına dair tespitlerde bulunmaktadır (TÜSEV, 2015) TÜSEV

tarafından hazırlanan Sivil Toplum İzleme Raporu 2013-2014'te sivil alanı kısıtlayıcı uygulamalar aşağıdaki şekilde ele alınmıştır.

“2013 yılında gerçekleşen Gezi Parkı eylemleri sırasında karşılaşılan uygulamalar, kamu kurumları ve kolluk kuvvetlerinin tepkisi pek çok uluslararası insan hakları örgütü ve BM ile AB gibi hükümetlerarası kuruluşlar tarafından toplanma hakkının ihlali olarak değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra, 2014 yılında meydana gelen Soma faciası sonrasında toplanma hakkı ve kolluk kuvvetlerinin toplumsal olaylara müdahalesi açısından ihlaller yaşandığı gözlenmiştir. LGBTİ Onur Haftası kapsamında düzenlenen Onur Yürüyüşü'ne katılan göstericilerin Taksim Meydanı'na çıkmasına izin verilmemesi, 1 Mayıs Kutlamalarının engellenmesi, Gezi Parkı olaylarının anıldığı protestolar ve hükümet politikalarının eleştirildiği çeşitli eylemlerde gösterilere izin verilmemesi ve dağıtılmasında aşırı güç kullanılması, kısıtlayıcı uygulamalar olarak değerlendirilmiştir.

2008-2014 yılları arasında yaklaşık 40.000 üzerinde web sitesine Türkiye'den erişim mahkeme kararları ve TİB'in idari tedbir kararları ile engellenmiştir. Son dönemde Türkiye'de ifade özgürlüğünün bir parçası olarak değerlendirilen basın ve internet özgürlüğü ihlallerinin önceki yıllara kıyasla artış gösterdiğini inceleyen birçok rapor yayınlanmıştır.” (TÜSEV, 2015, s. 5)

1.1.3. Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları

Türkiye’de sivil toplum, 2000’li yıllardan itibaren toplumsal değişimin önemli bir alanı olarak güçlenirken, sivil toplumun iletişim ve müzakere alanının örgütsel yaşam ve kamusal alan olarak hareket etmesini sağlayan STK’ların da sayılarının giderek arttığı, çalışma alanlarının farklılaştığı ve hareket alanının toplumsal yaşam içinde yaygınlaştığı ve derinleştiği görülmektedir (Keyman, 2006). Avrupa Birliği’ne katılım sürecinin gündeme gelmesiyle birlikte Avrupa Birliği’ne üye ülkelerin toplumsal değer ve normlarına uyumlu hale gelme arzusu sivil toplum örgütlerine verilen önemi ve

örgütlerini gelişimini arttırmış, AB'den gelen fonlar sayesinde STÖ'lerin kapasitelerini arttırmak amacıyla İstanbul Bilgi Üniversitesi bünyesinde kurulan Sivil Toplum Kuruluşları Eğitim ve Araştırma Birimi ve Sivil Toplum Geliştirme Merkezi gibi platformlar hayata geçirilmiştir (Ararat & Göcenoğlu, 2008). Bu kurumlar son 15 senedir Türkiye'de STK alanında çeşitli araştırmalar hayata geçirmekte, STK'larla ilgili veri kaynağı ve literatür oluşturmayı hedeflemektelerdir.

Türkiye'de STK kapsamında farklı alanlarda çalışan gönüllü örgütler, düşünce kuruluşları, sosyal hareketler, sivil inisiyatifler, hükümet-dışı örgütlerden, sendikalar ve meslek odaları gibi geniş bir yelpazede oluşum ele alınabilir. Mevzuat açısından ise sivil toplum kuruluşları; dernek, vakıf ve kooperatifler ve bu kuruluşların şube ve temsilcilikleri ile üst kuruluşlarından oluşmaktadır (Yaşama Dair Vakıf, 2015). Dernekler Dairesi Başkanlığı, STK'lara ilişkin önemli bir veri kaynağıdır. Başkanlık, Türkiye'de dernekleri faaliyet alanlarına göre 21 başlık altında ele almaktadır. Bu başlıklar aşağıdaki gibidir (Dernekler Dairesi Başkanlığı, 2017):

1. Çevre, Doğal Hayat, Hayvanları Koruma Dernekleri
2. Çocuk Dernekleri
3. Dış Türkler İle Dayanışma Dernekleri
4. Engelli Dernekleri
5. Eğitim Araştırma Dernekleri
6. Toplumsal Değerleri Yaşatma Dernekleri
7. Gıda, Tarım Ve Hayvancılık Alanında Faaliyet Gösteren Dernekler
8. Hak Ve Savunuculuk Dernekleri
9. İmar, Şehircilik Ve Kalkındırma Dernekleri
10. İnsanı Yardım Dernekleri
11. Kamu Kurumları Ve Personelini Destekleyen Dernekler
12. Kültür, Sanat Ve Turizm Dernekleri
13. Mesleki Ve Dayanışma Dernekleri
14. Sağlık Alanında Faaliyet Gösteren Dernekler
15. Şehit Yakını Ve Gazı Dernekleri
16. Spor Ve Spor İle İlgili Dernekler
17. Bireysel Öğreti Ve Toplumsal Gelişim Dernekleri
18. Uluslararası Teşekküller Ve İşbirliği Dernekleri
19. Yaşlı Ve Çocuklara Yönelik Dernekler
20. Dini Hizmetlerin Gerçekleştirilmesine Yönelik Faaliyet Gösteren Dernekler

21. Düşünce Temelli Dernekler

Aralık 2017 itibariyle DEBRİS verilerine göre Türkiye’de faal dernek sayısı 111.835’dir. Toplam faal derneklerin %31,14’ini mesleki ve dayanışma dernekleri, %19,9’unu spor ve spor ile ilgili dernekler, %18,1’ini dini hizmetlerin gerçekleştirilmesine yönelik dernekler ve sadece %1,34’ünü hak ve savunuculuk dernekleri oluşturmaktadır (Dernekler Dairesi Başkanlığı, 2017).

Üye sayısındaki artışa rağmen Türkiye’de çeşitli derneklere üye kişi sayısı nüfusun %14.28’ini oluşturmakta ve bu kişilerin %0,01’i hak ve savunuculuk derneklerinde yer almaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının sayısındaki artış kaçınılmaz olarak STK’lara üyeliğin ve gönüllülüğün artmasına yola açsa da, Türkiye’deki gönüllülük düzeyi halen görece düşüktür¹ (Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV) programı Türkiye & GSM Gençlik Servisleri Merkezi, 2013). TÜSEV tarafından Aralık 2014’te gönüllülük üzerine paylaşılan basın bültenindeki veriler aşağıdaki gibidir (TÜSEV, 2014):

- *“Charities Aid Foundation tarafından yayınlanan Dünya Bağışçılık Endeksi 2014’e göre Türkiye gönüllü faaliyete katılma süresi açısından 135 ülke arasında 132’inci sırada yer alıyor. ²*
- *Vakıflar Genel Müdürlüğü’nün 2012 verilerine göre Türkiye’de 618 vakfın toplam 1 milyon 7 bin 143 gönüllüsü bulunuyor.*
- *Türkiye’de gönüllü olma oranı %10’u geçmiyor.”*

Sivil toplum kuruluşlarının büyük çoğunluğu (%87) sivil topluma vatandaş katılımını yetersiz görmekte (Toros, 2007); katılımın düşüklüğünü mali sorunlarından sonra en önemli ikinci sorunları olarak sıralamakta ve bu alanda kendilerini geliştirmeye yönelik faaliyetlere ihtiyaç duyduklarını doğrulamaktadır (Yeğen, Keyman, Çalışkan, & Tol,

¹ Aralık 2017 DEBRİS verilerine göre Türkiye’de dernek üye sayısı 2006’da 8.08 milyonken 2016’da 11.03 milyona ulaşmıştır (Dernekler Dairesi Başkanlığı, 2017)

² Charities Aid Foundation’ın yayınladığı Dünya Bağışçılık Endeksi 2014 verilerinden alınmıştır. www.cafonline.org/pdf/CAF_WGI2014_Report_1555AWEBFinal.pdf Kurumun 2015 ve sonrasında yayınladığı raporlarda Türkiye’ye yer verilmediği için 2014 raporunda yer alan veriler kullanılmıştır.

2010). Yasal çerçeveye bakıldığında ise Türkiye’de “sivil toplum” ve “sivil toplum kuruluşu” gibi kavramlar ilgili mevzuat ve politika belgelerinde tanımlanmamakta, Kamu-STK ilişkilerinin kurumsallaşması bakımından bağlayıcı bir politika belgesi veya yasal çerçeve bulunmamaktadır (TÜSEV, 2015). Toplum nezdinde STK’ların algısı incelendiğinde STK faaliyetlerinin ağırlıklı olarak hayırseverlik ve yardım faaliyetleri olarak değerlendirildiği ortaya çıkmıştır. Yapılan bu araştırma sonucunda ortaya koyulan sonuçlara göre STK’ların itibarı, STK ile Kamu yöneticileri ve toplum nezdinde düşüktür. STK’ları etkisiz, itibarsız ve toplumdan kopuk örgütlenmeler olarak görülmektedir (Yaşama Dair Vakıf, 2016).

Bu arka plan bilgileri ve istatistikleri ışığında Türkiye’deki sivil toplum kuruluşlarının hükümetleri ve şirketleri çevre, hukuk, sağlık, insan hakları gibi alanlarda sorumlu olmaya zorlamakta yetersiz kaldığını ve toplumsal taleplerin sözcüsü olma görevlerini yeterince yerine getiremediklerini söylemek yanlış olmayacaktır (Hof S. D., 2009b). Sivil toplum kuruluşlarının misyonları doğrultusunda hayata geçirdikleri faaliyetlerde en önemli yapı taşlarından bir tanesi zaman, işgücü, maddi bağış gibi kaynaklarını maddi karşılık beklemeden ayırarak çalışan gönüllülerdir.

1.2. GÖNÜLLÜLÜK

Birleşmiş Milletler Gönüllü Programı tarafından yapılan gönüllülük tanımında vurgulanan üç nokta vardır. Bunlar; aktivitelerin özgür irade ile gerçekleşmiş olması, genel toplumun iyiliği için hayata geçirilmesi ve parasal ödüllendirmenin temel motivasyon sebebi olmamasıdır (Lough B. J., 2017). Gönüllü kuruluşlar farklı kökenlerden ve farklı değer yargılarına sahip bireylerin bir arada çalışmalarına imkan sağladığı için bireysel anlamda kişilerin karşılıklı güven, empati, işbirliği ve sosyal anlayış duygusunu geliştirmesi için faydalıdır. Toplumsal anlamda gönüllü kuruluşların ise toplumu bir arada tutan sosyal bağları yaratarak farklı sosyal gruplar arasında köprü kurmayı sağladığı, sivil toplum ve demokrasi için temel olan sosyal

dayanışmayı sağlayan bağları yaratmakta; dayanışma, karşılıklılık, aidiyet, karşılıklı güven ve güçlendirme gibi değerleri barındırmaktadır (Newton, 2001; UNV, 2011). Gönüllülük 1990'ların itibaren Birleşmiş Milletler 'in ön ayak olmasıyla ekonomik kalkınmaya olan katkısı vurgulanarak pek çok küresel soruna cevap verebilecek örgütlü bir faaliyet olarak ele alınmakta ve teşvik edilmektedir (UNV, 2011).

1.2.1. Tarihçesi

Gönüllülüğün kurumsallaştırılmasına dair ilk adımlar 1.Dünya Savaşı sonrasında iki pasifistin girişimiyle hayata geçirilmiştir. Pierre Ceresole ve

Hubert Parris 1920 yılında savaşta zarar gören bir köyü yenilemek için ilk uluslararası gönüllülük faaliyetini düzenlemiştir. Hala faaliyetlerine devam eden ilk üç gönüllü organizasyon bu şekilde kurulmuştur: Uluslararası Sivil Hizmet (Service Civil International), Barış için Gençlik Hareketi (The Youth Action for Peace) ve Uluslararası Uzlaşma Birliği (The International Reconciliation Union). 20. yüzyılın ilk yarısında gönüllülüğün ağırlıklı olarak barış çalışmaları ile bağlantılı olduğunu söylemek mümkündür. 1948 sonrasında ise UNESCO tarafından gönüllülerle faaliyet gösteren tüm STK'lara şemsiye bir kurum olacak olan Uluslararası Gönüllülük Hizmeti Koordinasyon Komitesi (CCIVS, Co-ordinating Committee of International Voluntary Service) kurulmuştur. (Yurttagüler 2006).

Birleşmiş Milletler gönüllülük kavramının gelişmesinde önemli rol oynamıştır. 1971 yılında hayata geçirilen Birleşmiş Milletler Gönüllülük Programı³ ile kalifiye gönüllülerin farklı ülkelerde gerçekleşen BM projelerine katılmaları hedeflenmiştir. (Lough B. J., 2015). BM 1985 yılında 5 Aralık tarihini Ekonomik ve Sosyal Kalkınma için Uluslararası Gönüllülük Günü ilan ederek bu yıldönümünün dünya çapında kutlanması için çağrıda bulunmuş, 2001 yılı ise Uluslararası Gönüllü Yılı ilan etmiştir.

³ UNV Programme: United Nations Volunteer Programme

İki kararda da hükümetlerin gönüllülüğü desteklemek için kritik rolü olduğu vurgulanmıştır (Volunteering Australia , 2004).

BM tarafından 2015 yılına kadar tamamlanması hedeflenen Binyıl Kalkınma Hedefleri⁴ 2000 yılında yayınlanmış ve fakirliği azaltmak sosyal entegrasyon ve sosyal içermeyi kolaylaştırmak için gönüllülük faal strateji olarak belirlenmiştir (Lough B. J., 2015). 2030'a kadar tamamlanması öngörülen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) kapsamında ise 17 hedef belirlenmiştir. Her iki hedef için de gönüllü grupların önemli bir paydaş olduğunun da altı çizilmektedir⁵ (UNV 2017). Gönüllülüğün özel sektöre tezahürü olan Çalışan Gönüllülüğü / Kurumsal Gönüllülük programlarının yaygınlaşması açısından Birleşmiş Milletler'in desteği oldukça önemlidir. Sürekli rekabet içindeki iş dünyasında ortak bir kalkınma kültürü oluşturmak üzere evrensel ilkeler öneren yenilikçi bir kurumsal sorumluluk yaklaşımı olan BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni⁶ imzalayan şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri çerçevesinde çalışan gönüllülüğü programları hayata geçirmeleri BM tarafından teşvik edilmektedir. BM ayrıca Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne çalışan gönüllülüğü programlarıyla ulaşılmasını hedefleyen IMPACT2030 isimli programı da hayata geçirmiştir (Impact2030, 2017).

Birleşmiş Milletler Gönüllü programı ile yakın çalışan ve gönüllü çalışmaları bir çatı altına toplayarak teşvik etmeyi hedefleyen kurumlardan bir tanesi olan Uluslararası Gönüllü Çalışmalar Birliği (IAVE)⁷ de 1970 yılında kurulmuştur. Dünya çapında 100 farklı ülkeden üyelerin yer aldığı bu organizasyon da gönüllülüğü yaygınlaştırmak, kutlamak ve güçlendirmek için çalışan uluslararası en büyük organizasyonlardan bir tanesidir (Volunteering Australia , 2004).

⁴ Binyıl Kalkınma Hedefleri hakkında detaylı bilgi için:

<http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/mdgoverview/millennium-development-goals.html>

⁵ Sürdürülebilir Kalkınma hedeflerini gerçekleştirmede gönüllülüğün rolüne dair detaylı bilgi için:

<https://www.unv.org/sites/default/files/Volunteering%20for%20the%20SDGs.pdf>

⁶ Küresel İlkeler Sözleşmesi için: <https://ungc.bilgi.edu.tr/tr/sss.html>

⁷ IAVE:The International Association for Volunteer Effort

Gönüllülüğü teşvik edebilmek ve gönüllülüğün sonuçlarını doğru değerlendirebilmek için ölçümlemenin yapılması oldukça önem taşımaktadır. 2011 Uluslararası Gönüllülük Yılı'nda Avrupa Komisyonu tarafından gönüllülüğün küresel anlamda ölçümlenebilmesi için ölçek geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılmış, bunun sonucunda 4 farklı girişim ortaya çıkmıştır:

- Gallup Dünya Anketi (Gallup World Poll),
- Dünya Değerler Anketi (World Values Survey),
- Johns Hopkins Karşılaştırmalı Kâr Amacı Gütmeyen Sektör Projesi (Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project)
- CIVICUS Sivil Toplum Endeksi. (Civil Society Index) (UNV, 2011)

Gönüllülük ile ilgili uluslararası seviyedeki verilerin büyük çoğunluğunun yukarıda belirtilen araştırmalar kapsamında elde edildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

1.2.2. Türkiye’de Gönüllülük

Türkiye’de sivil toplumun 1990 sonrası gelişimi ile doğru orantılı olarak gönüllülük kavramı da daha fazla insanın sivil alana dâhil olması ile görünür ve tartışılır hale geldi. 1995’te kurulan Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) gibi sivil toplum örgütlerinin kurulması ile gönüllülük kavramı sahada olduğu kadar akademik yazında da üzerine konuşulan bir kavram oldu (Yurttagüler, 2013).

Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV) programı Türkiye Programı öncülüğünde çeşitli STK’lar ve kamu kuruluşlarının katılımıyla Ulusal Gönüllülük Komitesi (UGK), 2013 yılında Türkiye’de gönüllülüğün tanınması, güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılmasını destekleyen stratejik bir danışma organı olarak kurulmuştur (TÜSEV, 2013). Web sitesinde komitenin tanıtımına aşağıdaki şekilde yer verilmiştir:

“Ulusal Gönüllülük Komitesi (UGK), gönüllülüğün tanınması, güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılmasını destekleyen stratejik bir danışma organıdır. 2013 Yılı Mayıs ayında kurulmuştur.

Gönüllülüğün tanınması gibi ortak bir amaç doğrultusunda gönüllülük alanındaki aktörleri bir araya getirerek, işbirliğini desteklemeyi ilke edinmiş bir organdır. Komitenin daimi sekreteri Birleşmiş Milletler Gönüllüleri'dir (UNV).” (Ulusal Gönüllülük Komitesi, 2017)

1.2.3. Gönüllülük Üzerine Tartışma Alanları

Gönüllülük kavramı üzerine mutabık kalınmış bir tanım olmaması ve sınırları konusunda çeşitli muğlak noktaların olması bu kavramı tartışmaya açık hale getirmiştir. Kavramın kurumsallaşması için farklı konu başlıkları üzerinde tartışmalar 1990'lı yıllardan beri devam etmektedir. Gönüllülük üzerine temel tartışmalardan bir tanesi 1990'lardan itibaren kime gönüllü denileceği, diğeri de gönüllünün para ile ilişkisi üzerineydi (Yurttagüler, 2013). Maddi bir karşılığı olursa bunun gönüllülük olmayacağını savunanlara karşı iyi bir şey yapmak için az para almayı kabul edenlerin en azından *quasi* gönüllü sayılması gerektiğini düşünen akademisyenler de bulunmaktadır (Wilson, 2000). Gönüllülüğün tanımındaki maddi karşılığının olmaması noktası temel vurgulardan biri olmasına rağmen gönüllü emeği üzerine yasal düzenlemelerin bulunmaması iş hukuku perspektifinde çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir. Hangi faaliyetlerin gönüllülük kapsamında ele alınacağı konusundaki belirsizlik, gönüllülüğün kayıtsız çalışma veya ucuz bir emek biçimi olarak değerlendirilebilmesi, özellikle uzun dönemli veya risk içeren işlerde çalışan gönüllülerin sosyal güvencelerinin olmaması, kurumsal şirketlerin gönüllülük programın dolaylı da olsa kar amacı güdüyor olması tartışma alanlarından bazılarıdır (Yenisey & Kabakçı, 2017).

STK'lar için bir ekonomik hesaplama yapma amacı güden Johns Hopkins Karşılaştırmalı Kâr Amacı Gütmeyen Sektör Projesi kapsamında 2013 yılında Birleşmiş Milletler üyesi tam verilerin mevcut olduğu on üç ülkede yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre kar amacı gütmeyen kurumlarda maaşlı ve gönüllü çalışanlar toplam iş gücünün %7,4'ünü karşılamaktadır (Salamon, Sokolowski, & Tic, 2012). Gönüllülüğün ekonomiye olan katkılarının vurgulanması bir insan kaynağı

olarak ele alınması tehlikesini de birlikte getirmektedir. Bu durum gönüllülüğün katılımcı demokrasiye olan katkılarının göz ardı edilmesine sebep olabilir. Oysa gönüllülüğün temel işlevlerinden birinin katılımcı demokrasiye olan katkısı olduğu vurgulanmalıdır (Yurttagüler & Akyüz, 2006)

Gönüllülük tartışmalarındaki aynı perspektifteki diğer konu da gönüllülüğün aktivizm ile ilişkisidir. Sosyal aktivistlerin sosyal değişim hedeflediği ama gönüllülerin daha çok bireysel problemlerin iyileştirilmesine odaklandığı yönündeki geleneksel bir yaklaşım olsa da iki tavır arasındaki farklılık o kadar da keskin değildir (Markham & Bonjean 1995:1556'dan alıntılan (Wilson, 2000). BM Dünya'da Gönüllülüğün Durumu Raporu 2015'te gönüllülük karşılıklı yardım, hayırseverlik ve başkalarına hizmet, sivil katılım, savunuculuk ve kampanyacılık olarak 4 kategoriye ayrılmıştır. Bunların ikisi sosyal aktivizmle direkt alakalıdır ve sosyal aktivizmin gönüllülükle aynı temelden beslendiğinin altı çizilir: “kendi topluluklarında bir fark yaratmak için zamanlarını ayıran insanlar” (UNV, 2015). .Gönüllülerden sadece işgücü olarak yararlanmak yerine STK içinde karar alma mekanizmalarına dâhil edilmesi, gönüllülerin sahadaki deneyiminden faydalanılarak çözümün bir parçası haline getirilmesi politik katılımını güçlendirerek aktif yurttaş olmalarını sağlayacaktır (Yurttagüler & Akyüz, 2006).

1.2.4. Gönüllülerin Motivasyonları

Bireylerin neden gönüllülük yaptığı üzerine çeşitli teoriler ortaya koyulmuştur. Gönüllülüğe atfedilen zamanını bir yere hediye etmek fikri de gönüllü ve gönüllü olunan kurum arasındaki karşılıklı değiş tokuşuna doğru evrilmiştir (Lukka, 2000). John Wilson (2000) bireyleri gönüllülüğe iten teorileri temel olarak iki perspektifte ele almıştır. Bunlardan bir tanesi bireyin yaratılışını ele alarak içinde bulunduğu bağlamı arka plana atarken ikincisi de içinde bulunduğu bağlama önem vererek bireyleri geri plana atmaktadır. Bu iki perspektiften ilki daha sübjektif bir sosyolojik yaklaşım geliştirerek gönüllülüğün arkasındaki motivasyonlara odaklanmaktadır. İkincisi ise

birey ve sosyal kaynaklar bağlamında maliyet ve faydayı tartan daha davranışçı bir yaklaşımdır (Wilson, 2000).

Gönüllülüğün temelinde yatan motivasyonları sorgulayan işlevselci teorisyenler gönüllülüğün ortaya koyduğu 6 temel fonksiyonu belirlemiş ve bunları değerlendirmek için bir envanter tasarlamışlardır. Clary ve arkadaşlarının (1998) yapmış oldukları çalışmalarında gönüllülerin fonksiyonlarını temel alarak hazırladıkları VFI (Volunteer Function Inventory - Gönüllü Fonksiyon Envanteri) ölçeğini kullanarak gönüllü motivasyona sebep olan fonksiyonları değerler (values), anlayış (understanding), sosyal (social), kariyer (career), koruyucu (protective) ve psikolojik gelişme (enhancement) olmak üzere altı boyutta açıklamışlardır. Bu yaklaşıma göre temel motivasyonları karşılanan gönüllüler hem verdikleri hizmetten tatmin olmakta hem de gönüllülüğe hem kısa hem de uzun vadede devam etmeye istekli olmaktadır (Clary, E. G., Ridge, R. D., Stukas, A. A., Snyder, M., Copeland, J., Haugen, J., & Miene, P. 1998). Envanter ölçeği kullanılarak yapılan araştırmalar gönüllülüğün hizmet ettiği en önemli fonksiyonların Değerler, Anlayış, Psikolojik gelişme olduğunu göstermektedir. Daha az önemli fonksiyonlar ise Sosyal, Koruyucu ve kariyer motivasyonu ile alakalı olanlardır (Zappala & McLaren, 2004). Tablo 1’de bu motivasyonların açıklamaları bulunmaktadır:

Tablo 1.1. Gönüllülerin Motivasyonları

GÖNÜLLÜ MOTİVASYONUNA İŞLEVSELÇİ YAKLAŞIM Gönüllülerin motivasyonları	
Değerler işlevi:	Birey insancılık ve kendisinden kötü durumda olana yardım etme gibi değerlere uygun davranmak için gönüllü olur.
Anlayış işlevi:	Gönüllü dünyayı daha iyi anlama ve kullanmadığı yeteneklerini geliştirmek ister.
Psikolojik gelişme işlevi:	Birey gönüllülük yaparak psikolojik anlamda gelişme ve iyileşme arar.
Kariyer işlevi:	Kişi gönüllülük yoluyla kariyer odaklı deneyim kazanma hedefler.
Sosyal işlevi:	Gönüllülük bir bireyin sosyal ilişkilerini güçlendirmeyi sağlar.
Koruyucu işlevi:	Birey gönüllülüğü suçluluk kişisel problemlerin ifade edilmesi gibi olumsuz hisleri azaltmak için yapar.

Kaynak: Gil Clary and Mark Snyder, The Functional Approach to Volunteers' Motivations, Volunteer Function Inventory scale (1998)

1.2.5. Gönüllülük Çeşitleri ve Gönüllülüğe Yeni Yaklaşımlar

Küreselleşme ve teknolojinin artması ile birlikte geleneksel anlamda gerçekleştirilen gönüllülük de farklı formlar almaya başlamıştır. Gönüllülüğün yeni gelişme alanları olarak farklı kaynaklarda öne çıkan başlıklara aşağıda yer verilmiştir (UNV, 2011) (Brudney, 2005, s. 12)

- **Sanal/çevrimiçi gönüllülük:** Teknolojinin daha fazla kişi tarafından ulaşılabilir olması ile internet aracılığı ile gönüllü bir iş yapmak mümkün olmaya başlamış, gönüllülüğün belli bir mekâna ve zamana bağlı olma gereksinimi ortadan kalkmıştır. Çevrimiçi gönüllülerin çoğu kaynak yaratma, teknolojik destek, iletişim, pazarlama ve danışma gibi yönetsel ve operasyonel faaliyetlere katılabilmekteler. İnternetin bir faydası da ev sahibi organizasyonların gönüllülerle eşleşmesini mümkün kılarak süreci kısaltmasıdır. (UNV, 2011)

- **Dönemsel gönüllülük:** Geleneksel anlamda gönüllülük uzun dönemli olarak ele alınırken artık dönemsel olarak gönüllülük yapmayı tercih eden bireylere doğru bir kayma gözlemlenmektedir. Dönemsel gönüllülük yeni bir kavram olmamasına rağmen bu şekilde gönüllülük yapmak isteyenlerin sayısındaki artışın yeni olduğu söylenebilir. Dönemsel gönüllülüğü geçici, aralıklı ve belirli bir olay sebebi ile yapılan gönüllülük olarak üçe ayırmak mümkündür. Geçici gönüllülük kısa süreli bir kerelik aktivitelerdir, kurum ile uzun vadeli bir ilişki kurulmaz. Aralıklı gönüllülük ile kastedilen 6 aydan kısa süre için yapılan gönüllülük faaliyetleridir. Bir olay sebebi ile yapılan gönüllülükler de katılımcının bir etkinliğe katılarak gönüllülük yapmasıdır. Aynı etkinliğe tekrar tekrar katılsa da başka zamanlarda gönüllü olarak faal değildir (Brudney, 2005, s. 52). Bu gönüllülerin motivasyonlarını anlamak uzun vadede geliştirilecek gönüllü stratejileri için oldukça önemlidir.
- **Uluslararası gönüllülük:** Birleşmiş Milletler uluslararası gönüllülüğü yurt dışında çalışan gönüllülerin kalkınmaya örgütlü bir şekilde iştirak etmesi olarak tanımlamaktadır. Bu yeni bir kavram olmamasına rağmen son on yılda boyutları gelişmektedir. Özellikle gençler kısa ya da uzun süreli uluslararası gönüllülük programlarına katılarak gönüllü turizminin hayata geçmesini sağlamaktadır (UNV, 2011).
- **Yönetim kurulu üyeliği:** STK'ların yönetim kurulunda üye olan bireyler çoğunluklu olarak gönüllü olarak bu görevi üstlenmektedir. Yönetim kurulu üyesi olmak üstlendiği sorumluluk ve toplumdaki rol açısından prestijli bir görevdir, çoğu zaman şirketlerde yönetici olanların STK'ların yönetim kurumlarında olması desteklenir. Öte yandan STK açısından da yönetim kurulunda kimlerin olduğu ve kişilerin kendi itibarı o kuruma bağış yapacak kişiler, destekçi kurumlar açısından önemlidir (Brudney, 2005, s. 82). Bu durum da iki taraflı bir etkileşim sağlar; bir STK'nın yönetim kurulu olmanın kişiye sağladığı prestij ve kişinin kuruma kattığı itibar.

- **Devlet programlarına gönüllülük:** Kişilerin STK'ların yanı sıra kamu kuruluşlarında veya devlet kurumlarında gönüllülük yapmaları da mümkündür. ABD'de özellikle 11 Eylül'den sonra bir terör saldırısında veya afet durumunda hazırlıklı olmaları için çeşitli gönüllü programları hayata geçirilmiştir. Freedom Corps ve Citizen Corps gibi kurumlar vatandaş gönüllülüğü üzerinden kamusal güvenlik ve refahı hedefleyen bu yeni yaklaşımı yansıtmaktadır (Brudney, 2005, s. 103). Türkiye'de bu kapsama girebilecek Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından hayata geçirilen Gönül Elçileri projesi bu kapsamda değerlendirilebilir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017).
- **Çalışan odaklı gönüllülük programları (Kurumsal gönüllülük):** Kurumsal gönüllülük şirketlerin içinde bulundukları topluma destek programlarından bir tanesidir. Şirketler çalışanlarını gönüllü faaliyetlere yönlendirerek hem topluma katkı sağlamayı hem de kurumsal sorumluluklarını yerine getirmeyi hedeflemektedir. Çalışanların ve tüketicilerin şirketlerin içinde bulundukları topluma katkı sağlamaları yönünde bir beklentilerinin oluşmaya başlaması ve UN gibi kuruluşların gönüllülüğün geliştirilmesi için özel sektöre yaptığı baskılar sonucunda şirketler tarafından hayata geçirilen kurumsal gönüllülük programları artmaya başlamıştır. İşveren destekli gönüllülük imkânı sunan ve yerel STK'larla uzun dönemli işbirlikleri kurma eğilimi gösteren şirket sayısının son yıllarda arttığını söylemek mümkündür (UNV, 2011). Kurumsal gönüllülük programlarını etrafıca ele alabilmek için kurumsal gönüllülüğün kavramsal altyapısını oluşturan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve tarihsel sürecinin değerlendirilmesi gerekmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Günümüzde sivil toplum kuruluşlarının projelerini hayata geçirmek ve mali sürdürülebilirliklerini sağlamak için başvurdukları finansal kaynaklardan bir tanesi şirketlerdir. STK'ların özel sektörle işbirlikleri oldukça yaygın ve sık karşılaşılan bir iyi örnek uygulaması olarak öne çıkmaktadır. Şirketler ve STK'ların işbirliği ile hayata geçirilen kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde toplumun ihtiyaçlarını doğru anlayan uzman STK'lar ile finansal ve iletişim kaynağına sahip şirketler bir arada çalışmaktadır. Çalışmanın bu ikinci bölümünde kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramı açıklanacaktır. KSS kavramını tarihsel gelişimi, kavrama yönelik görüşler ve Türkiye'de bu konuda gelişen literatür ele alınacaktır.

2.1. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı son yıllarda birçok kurumsal şirketin gündemine girmiş ve senelik faaliyet raporlarında KSS faaliyetlerine yer vermeye başlanmıştır. Birçok şirket stratejik planlarının dâhilinde kurumsal sosyal sorumluluk üzerine bir yol haritası belirlemekte, bu yol haritası kapsamında kısa ya da uzun vadeli çeşitli projeler hayata geçirmektedir.

Literatürde kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi kurumsal sosyal sorumluluk kavramını işletmelerin etik davranmak ve ekonomik kalkınmaya katkı sağlarken çalışma ortamı, çalışanları ve içinde bulundukları yerel toplumun yaşam kalitesini arttırmaya dair verdikleri devamlı taahhüt olarak tanımlamıştır. (Watts, Holme, International, & Tinto, 1999) Avrupa Komisyonu KSS'yi; şirketlerin, gönüllü olarak, toplumsal ve çevresel konuları operasyonlarına ve paydaşlarıyla olan etkileşimlerine entegre etmesi olarak

tanımlamaktadır (Commission of the European Communities, 2001). Bu tanıma göre sosyal sorumluluk sahibi işletmeler, resmi beklentileri yerine getirmenin ötesinde çevreye ve hissedarlarla ilişkilere daha çok yatırım yapmaları ve gönüllü insan sermayelerini kullanmaları anlamına gelmektedir (Bali & Cinel, 2011). Özetle kurumsal sosyal sorumluluk şirketlerin mesleki uygulamalarını ve şirket kaynaklarını kullanarak toplumun refahını iyileştirmek üzere taahhüt vermeleri olarak tanımlanabilir (Kotler & Lee, 2005)

Bu kavramların tümünde ortak olan bazı noktalar bulunmaktadır. Bunlar işletmelerin kar odaklı olma yükümlülüğünün yanı sıra gönüllü olmaları, dürüst olmaları ve paydaşlarına karşı sorumlu olmaları olarak özetlenebilir.

Kurumsal sosyal sorumluluk alanına giren konular altında birçok başlık yer alsa da **CSR Europe** kendi raporlarında aşağıdaki alanlara bakmaktadır:

- Çalışma alanı
- Piyasalar
- Çevre
- Toplum
- Etik
- İnsan Hakları. (Moir, 2001)

Günümüzde şirketlerin sorumluluğa yatırım yapması birçok sebepten dolayı zorunluluk haline gelmiştir. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi, FTSE4GOOD gibi endekslerde yer alma veya ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemleri (ÇYS) belgesi sahibi olma kıstasları küresel yatırımcıların bir şirkete yatırım kararını verirken göz önüne aldığı kriterler arasına girmiştir. Ayrıca kredi sağlayan kuruluşlar da, kredi ve risk değerlendirmelerinde şirketlerin toplumsal ve çevresel katkılarını göz önünde bulundurmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (2000), Uluslararası Çalışma Örgütü'nün Çokuluslu Şirketler ve Sosyal Politika ile İlgili İlkeler Üçlü Bildirgesi (1977/2000) ve OECD Çokuluslu İşletmeler

Genel İlkeleri (2000) gibi uluslararası girişimler, yasal yükümlölük getirmemesine rağmen, kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını teşvik edici bir ortam sağlamaktadır (Özturan, 2009).

2.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN TARİHİ

Tarih boyunca kar elde etme odaklı işletmeler toplumsal fayda sağlayacak çeşitli etkinlikler hayata geçirmişlerdir. Bu açıdan firmaların aldıkları kararlar ve aksiyonlarla topluma karşı sorumlu olmaları fikrini içeren KSS'nin yeni bir kavram olduğunu söylemek mümkün değildir (Frederick, 2006). Fakat kavramın uygulamaya koyulması toplumun ihtiyaçları ve içinde bulunduğu koşullar doğrultusunda farklılık göstermiştir. Özellikle sanayi devriminden önceki dönemlerde dini değerler, toplumsal gelenek ve göreneklerle şekillenmiş olduğu görülen sosyal sorumluluk anlayışı çoğunlukla yardım ve bağış gibi hayır işleri ya da hayırseverlik anlamına gelmektedir (Sert, 2012).

Günümüzdeki kullanımıyla KSS kavramının yönetim literatürüne girmesi 1950'lerde olmuştur. Bu konuda bir literatür oluşmasına ön ayak olan isimlerden biri olan Standart Oil Company'nın eski yöneticisi Frank Abrams, şirketlerin kar elde etmek dışında çalışanlarına, müşterilerine ve genel anlamıyla içinde bulundukları toplumun tamamına dair sorumluluğu olduğuna dair fikirler ortaya koymuştur (Carroll & Shabana, 2010). William C. Frederick o dönemde KSS'nin ne olduğuna dair 3 temel fikir olduğu ifade etmektedir: şirket yöneticilerinin toplum tarafından güvenilen kişiler olarak görülmesi, kurumsal kaynakların kime ait olduğu hakkındaki çatışan talepleri dengelemek ve faydalı amaçlar için yapılan hayırseverlik faaliyetleri (Frederick, 2006). Şirketlerin toplumdaki temel araçlardan biri olduğunu düşünülerek bu şirketleri yöneten iş adamlarının sadece şirket çıkarları değil toplumun da faydasını düşünerek hareket etmelerinin gerektiği öne sürülmektedir. Frederick (2006) bir yöneticinin diğer sorumluluğun da şirketin çalışanları ve bu şirketin operasyonundan etkilenenler arasında adil bir denge bulmak olduğunu ifade etmiştir. Sonuncu fikir de hayırseverlik

faaliyetleridir. 1920’li yıllardan itibaren şirketler hayırseverlik kapsamında çeşitli faaliyetlerde yer almakta, eğitim, sanat, sosyal refah gibi alanlarda etkinlikler hayata geçirmeleri şirketlerin sorumlulukları olarak görünmeye bağlanmıştır.

Konu hakkında tüm bu fikirleri toparlayarak bir yazında bir araya getiren ve *kurumsal sosyal sorumluluk* kavramına ilk olarak yer veren isim Howard Bowen olmuştur. Bowen tarafından kaleme alınan ve 1953 yılında basılan “*Social Responsibilities of the Businessmen*” adlı kitapta iş adamlarının halk için arzu edilebilir politikaları izlemek, bu konularda kararlar almak ve eylemleri uygulamaya gibi bazı sosyal sorumluluklarının olduğu savunulmaktaydı (Bowen, 1953).

Altmışlı yıllardan itibaren Amerika’da ırkçılık, çevre faaliyetleri gibi konularda çeşitli skandallar ortaya çıkmakta, buna karşılık insan hakları, kadın hakları, tüketici hakları, çevre hareketi gibi farklı konularda oldukça önemli sosyal hareketler gerçekleşmekteydi. Bu durum şirketlere karşı yoğun bir güvensizlik ortaya çıkarmış, toplumsal hareketler sosyal değişimi şekillendirmenin yanı sıra şirketlere de sosyal sorumluluk konusunda çeşitli politikalar hayata geçirmeleri için gerekli baskıyı sağlamıştır. Özellikle şirketlerle ilgili birçok skandalın arka arkaya patlaması şirketleri tüketiciler gözünde itibarsızlaştırmış, kurum yöneticilerinin kendilerini savunmak zorunda bırakmıştır. Bunun sonucunda hükümetten gelecek yasal sınırlamalarla karşı karşıya kalmak istemeyen şirketler kendi eylemlerini düzenlemek için yeni önlemler uygulamaya koymaya başlamıştır (Yamak, 2007, s. 39). Dolayısıyla artık iş adamlarının sosyal sorumluluğundan kurumların sosyal sorumluluğuna geçiş yapılmış, Kurumsal Sosyal Sorumluluk tanımı literatürde kullanılmaya başlamıştır (Çabuk, 2009).

Philip Kotler ve Nancy Lee (2005), Kurumsal Sosyal Sorumluluk isimli kitaplarında KSS’nin hayır işi, bağış yapmak gibi algılanmanın ötesinde bazı sosyal konulara ve inisiyatiflere uzun dönemli taahhütler verilmesi ve stratejik iş birlikleri yaparak işletme hedeflerini de kapsayacak şekilde ele alınmaya başlaması sürecini Craig Smith

tarafından 1994'te yazılan Yeni Kurumsal Hayırseverlik makalesine referans vererek anlatmaktadır (Kotler & Lee, 2005). Bu süreçte yer alan çeşitli dönüm noktalarından ilki 1950'de ABD Yüksek Mahkemesinin sosyal konulara kurumsal şirketlerin katılımını kısıtlayan yasal kısıtlamaları ortadan kaldıran kararı olmuştur. İkinci önemli dönüm noktası ise 1989'da gerçekleşen Exxon Valdez petrol kazası olmuştur. O zamana kadar kurumlar kendi sektörleriyle en az alakalı sosyal konuları desteklerken büyük bir çevre felaketine yol açan bu kazadan sonra işletmelerin katkıda bulunduğu bu alanlar sorgulanmaya başlamıştır. Smith tarafından vurgulanan son dönüm noktası ise 1990'larda kar odaklı kurumların çeşitli kuruluşlarla kurmaya başladığı ilişkiler ve bu doğrultuda yeni iş modellerinin ortaya çıkışı ve görünür olmaya başlaması olmuştur. Bu yeni yaklaşıma göre şirketlerin hayırseverlik işlerini gerçekleştirmeyi üstlenen bir vakıf üzerinden işletmelerin iş hedeflerini desteklemesi kadar işletmeler de pazarlama, teknik destek ve kurumsal gönüllülük gibi farklı etkinliklerle hayırseverlik girişimlerini desteklemeleri beklenmekteydi (Kotler & Lee, 2005). Dolayısıyla sürece bakıldığında şirketlerin KSS'ye verdikleri önemin giderek artmasının gönüllü bir şekilde olduğunu söylemek çok mümkün değildir. Çoğu şirket kendilerini sorumlu görmedikleri çeşitli alanlarda karşılaştıkları toplumsal tepkiler sonrasında KSS konusunda ağırlık vermeye başlamıştır.

2.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK FİKRİNİN GELİŞİMİ

KSS kavramı 1970'lere gelindiğinde akademik yazında kullanılsa da iş dünyasının pratiklerinde henüz kendisine yer bulabilmiş değildi (Carroll & Shabana, 2010). Epstein (2002) 1970'li yıllarda İş Etiği, İş ve Toplum ve KSS konularında basılan kitap sayısındaki artışa dikkat çeker. Bu konular üzerine yeni programlar ve dersler açılmakta, akademik dergilerde makaleler yayınlanmakta ve akademisyenler bu konularda araştırmalar yapmaktadır. (Epstein, 2002) Heald (1970) "Şirketlerin Sosyal

Sorumlulukları: Şirket ve Toplum, 1960-1960” isimli kitabıyla 1900’lerden itibaren KSS literatürünü bir araya getirerek bu konudaki yazına katkıda bulunmuştur. (Heald, 1970)

W.C. Frederick KSS’un gelişimini anlatırken 1970’lere kadar KSS anlayışının kurumlarının toplumsal iyileşme için çalışma mecburiyetinden ibaret olduğunu ifade eder ve bunu KSS1 olarak isimlendirir. (Moir,2001) Frederick’e göre 1970’lerde kurumsal yükümlülükten kurumsal duyarlılık olarak adlandırdığı ve KSS2 olarak isimlendirdiği bir geçiş olur. Kurumsal duyarlılık olarak isimlendirdiği bir kurumun sosyal baskıya cevap verebilme kapasitesidir. KSS1’den KSS2’ye geçiş, bir yöneticinin nasıl aksiyon alacağına (Aksiyon alacak mı, alacaksa nasıl bir aksiyon alacağına dair sorular) dair felsefi yaklaşımdaki değişikliği de yansıtır. Daha sonra Frederick (1986) bu analizini yönetsel karar alma sürecini Kurumsal Fazilet gibi değerlendirilebilecek etik bir temele oturtarak bunu da KSS3 olarak adlandırır. Frederick’e (1986) göre “kurumların insan bilincine, insan topluluğuna ve insan devamlılığına etkisine yönelik sistematik KSS girişimleri hayata geçirmeleri durumunda mutlaka etik bir dayanak noktasına ihtiyaç vardır(Frederick (1986)’ten aktaran Moir,2001).

2.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

Aynı on yıl içerisinde KSS’nin yanı sıra yeni kavramlar da ortaya çıkmıştır. Sethi (1975) KSS kavramının bir tanımının olmamasının bir kısıtlama olduğuna işaret ederek kurumsal davranış olarak sosyal yükümlülük, sosyal sorumluluk ve sosyal yanıt verme olarak sınıflandırdığı bir Kurumsal Sosyal Performans (KSP) modeli geliştirmiştir. (Sethi, 1975) Bu modele göre KSS, Kurumsal Sosyal Performans kavramının bir boyutudur.

Literatürde en sık atıf yapılan modellerden birini ortaya koyan Carroll (1979) da üç boyutlu bir KSP modeli geliştirmiştir. Öne sürdüğü Kurumsal Sosyal Performans

modelinde KSS kavramı; sosyal konular ve sosyal yanıt verme ile birlikte KSP'nin bir boyutu olarak kategorize edilmişti. (Carroll A. B., 1979)

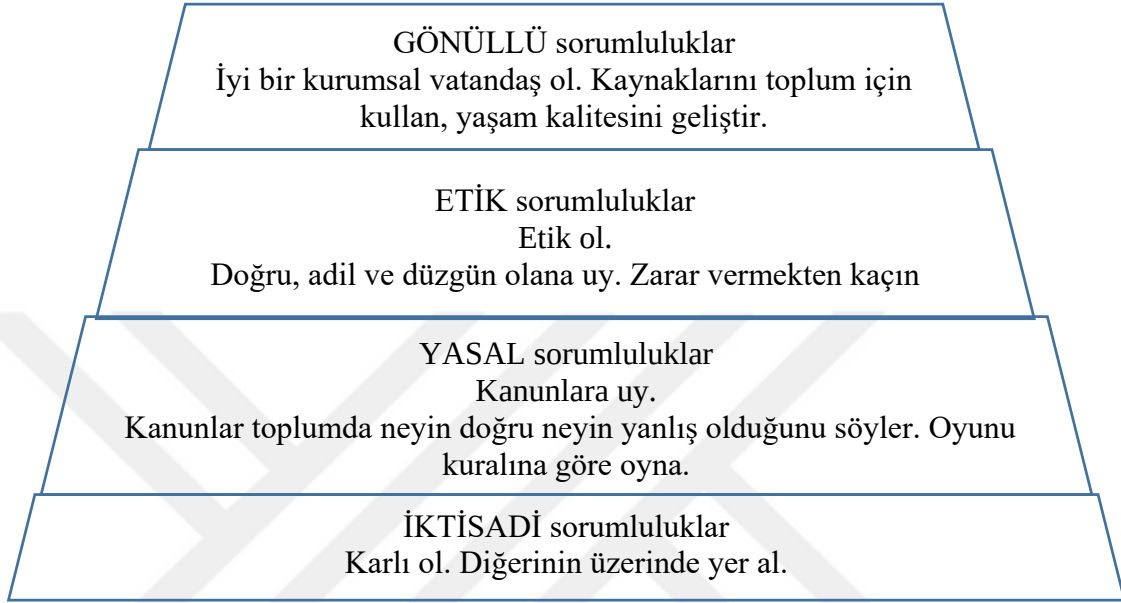
Wartick and Cochran (1985) KSP üzerine yayınladıkları kitaplarında Carroll'un çalışmasını geliştiren bir KSP modeli önermişlerdir. KSP modelini "Sosyal konuları adreslemek için geliştirilen politikalar, sosyal duyarlılık süreci ve sosyal sorumluluk ilkeleri arasındaki temel interaksiyon" (1985: 758) olarak tanımlamışlar ve ekonomik sorumluluk, genel sorumluluk ve sosyal duyarlılık gibi birbiriyle rekabet eden farklı perspektiflerin bu çerçevede nasıl kurumsallaşabileceğini göstermişlerdir (Wood, 1991).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını ele alırken kullanılan temel ve literatürde en sık atıf yapılan sosyal sorumluluk modelinin Carroll'un Sosyal Sorumluluk Piramidi olduğu söylenebilir.

2.4.1. Carroll'un KSS Modeli

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını ele alırken kullanılan modellerden en yaygın olanlardan birini ortaya koyan Archie Carroll (1991), bir kurumun topluma olan sorumluluklarını iktisadi, hukuki, etik ve gönüllülük olmak üzere dört kategori altında toplamış ve aşağıdaki şekilde de gösterildiği üzere bir piramit şeklinde ifade etmiştir. (Carroll, 1991)

Tablo 2.1 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: Archie B. Carrol, "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Managemeny of Organizational Stakeholder", Business Horizon, Vol.34 No:4 July-August 1991

Carrol'un 1991'de ortaya koyduğu KSS piramidinin en altında yer alan *iktisadi sorumluluklarla* kastedilen bir kurumun toplumun istediği kalitede hizmet ve ürünleri üretmesi ve bunları adil fiyatlarla piyasaya sürmesi ve karlılığını sürdürmesidir. İktisadi sorumluluklar bir kurumun temel sorumlulukları olarak öne çıkmaktadır. (Carrol, 1991)

Yasal sorumluluklar ikinci kategoride öne çıkan sorumluluklardır. Bir kurumun içine yer aldığı toplumun yasalarına ve regülasyonlarına uyması; ekonomik üretimini bu kurallar çerçevesinde gerçekleştirmesi beklenir. Bu iki sorumluluk farklı olarak kategorize edilse de serbest girişim sisteminin birer parçası olarak ikisinin de aynı anda var olması beklenmektedir. (Carrol, 1991)

Etik sorumluluklar ilk ikisinden farklı olarak yasalarla belirtilmemiş fakat bir kurumun yerine getirmesi beklenen sorumluluklardır. Paydaşların, çalışanların, müşterilerin

ahlaki haklarını korumaya yönelik veya onlar tarafından adil olarak değerlendirilen standart norm ve beklentileri karşılaması beklenmektedir. Yasaların yeterince hızlı olmadığı veya toplumun yaşam standartlarını yükseltmek için yeterli olmadığı durumlarda bu etik sorumluluklar devreye girmektedir (Bıçakçı, 2009).

Son olarak *gönüllü sorumluluklarla* kastedilen zorunlu olmayan kurumun kendi tercihine bırakılan etik beklentilerin de ötesinde yer alan kurumun toplumla ilişki kurmasını sağlayan aktiviteleri içermektedir. Carroll etik sorumlulukla gönüllü sorumluluğu birbirinden ayırmakta ve KSS'nin bu gönüllü sorumluluğun altında değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu gönüllü sorumluluklar piramidin en tepesinde yer almaktadır. (Carroll, 1991) Carroll'un piramidi ve kurumsal sosyal performansla finansal performans arasında kurduğu bağlantı KSS üstüne yapılan ampirik araştırmaların kuramsal ve kavramsal altyapısını oluşturmuştur. (Hof S. D., 2009a) Bu dört kategorili tanımda işin ekonomik ve yasal beklentileri de sosyal odaklı meselelerle ilişkilendirilerek aynı bağlam içinde ele alınmaktadır (Carroll & Buchholtz, 2008).

Carroll'ın 2006 yılında Buchholtz ile birlikte hayata geçirdiği kitabında daha önce ele aldığı piramidi geliştirerek KSS'nin dört bileşenini, açıklamalarını ve her bileşen için toplumun beklentilerini aşağıdaki şekilde özetlemiştir (Carroll & Buchholtz, 2008):

Tablo 3.2.2.Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Oluşturan Dört Unsur

Sorumluluğun türü	Toplumsal Beklenti	Açıklaması
İktisadi	Toplum tarafından şirketin yerine getirmesi gerekli görünen	Karlı ol. Satışları arttır, maliyetleri düşür. Stratejik karar al. Kar dağıtım politikasına itina göster. Yatırımcıların yatırımlarına karşı uygun ve çekici dönüşler almasını sağla.
Yasal	Toplum tarafından şirketin yerine getirmesi gerekli görünen	Kanunlara uy, çevresel ve tüketici kanunlarına, çalışanları koruyan düzenlemelere bağlı kal. Bütün sözleşmesel zorunluluklara uy. Mal ve hizmetlerin teminat ve garanti şartlarına saygı duy
Etik	Toplum tarafından şirketin yerine getirmesi gerekli beklenen	Şüpheli uygulamalardan kaçın. Kanunları en temel seviye olarak ele al, gerekli olan minimumun üzerine davran. Yasalar kadar manevi beklentileri de karşıla. Doğru, eşit ve adil davranış Etik lider ol
Hayırseverlik	Toplum tarafından şirketin yerine getirmesi gerekli beklenen/ arzu edilen	İyi bir kurumsal vatandaş ol. Toplumdan aldığını topluma geri ver. Kurumsal yardımlar yap. Toplumu eğitim, sağlık, kültür ve sanat, vatandaşlık konularında destekleyen projeler hayata geçir. Toplumun iyiliği için çalış. Gönüllülük çalışmaları gerçekleştir.

Kaynak: Carroll & Buchholtz, Business and Society: Ethics and Stakeholder Management, 7th Edition, 2008

Frederick’in bakış açısı daha fazla etik odaklıyken, Carroll’ın modeli işlevsellik üzerinden sorumlulukları sınıflamaktadır. (Alakavuklar, Kılıçaslan, & Öztürk, 2009)

2.4.2. Wood’un KSS Modeli

KSS konusunda sınıflandırmalara konu olan bir başka unsur da şirket motivasyonlarıdır. Bu konuda önde gelen çalışmalardan birini yapan D. J. Wood’un (1991) şirketlerin kurumsal sosyal politikalar olarak KSS hayata geçirmeleri için üç temel güdüsü olduğunu belirtir. 1- Şirketlerin toplumdaki meşruiyetini destekleyecek kurumsal düzey, 2- Şirketlerin adaptasyonunu geliştiren ve çevresine uymasını

sağlayan örgütsel düzey ve 3- Şirketlerin sosyal sorumluluklarının yerine getirilmesinde mevcut seçenekleri uygulamaları için tekil aktörleri destekleyecek v cesaretlendirecek etik seçimler kültürünü yaratacak bireysel düzeydir (Wood, 1991:709). Wood, bu amaçlar doğrultusundaki ekonomik, yasal, etik ve ihtiyari KSS uygulamalarını aşağıdaki tablodaki biçimde örneklendirmektedir (Wood, 1991: 711).

Tablo 4.2.3.Wood’un KSS Motivasyonlarının Sınıflandırılması

Alanlar	Güdüler		
	Toplumsal Meşruiyet (kurumsal)	Kamusal Sorumluluk (örgütsel)	Yönetimsel Takdir Yetkisi (bireysel)
Ekonomik	Mal ve hizmet üretme, iş sağlama, hissedarlara varlık yaratmak.	Mal ve hizmet fiyatlandırmalarını tüm dışsalılıkları dâhil ederek hakiki üretim maliyetlerini yansıtacak şekilde yapmak.	Ekolojik olarak güvenilir ürünler üretmek, az kirliliğe sebep olan teknolojiler kullanmak, geri dönüşümler maliyetleri düşürmek.
Yasal	Yasa ve düzenlemelere uymak. Kamusal politikalarda lobicilik yapmamak ve ayrıcalık istememek.	Aydınlanmış öz-çıkarı temsil eden kamusal politikalar için çalışmak.	Düzenleyici zorunluluklardan ürün ya da teknoloji geliştirmek için fayda sağlamak
Etik	Temel etik ilkelere uymak (Örneğin ürün etiketlemede dürüstlük).	Kullanıcı güvenliğini arttırmak için yasal gereklerin ötesinde tam ve doğru ürün kullanma kılavuzu sunmak.	Özel pazarlar için farklı ürün kullanma kılavuzları hedeflemek (örneğin çocuklar ve farklı diller için) ve bunu ürün avantajı olarak promote etmek .

Gönüllü	Yasa ve etik kurallar ötesinde her konuda iyi vatandaş davranışı göstermek. Kazancın bir kısmını topluma geri vermek.	Şirketin hayırseverlik kaynaklarıyla şirketin toplumla birincil ve ikincil ilişkileriyle bağlantılı toplumsal sorunlarına yatırım yapmak.	Greçekten bir toplumsal sorunun çözümü olarak olan hayırsever yatırımları tercih etmek (Örneğin bir etkililik ölçeği uygulamak).
----------------	---	---	--

Kaynak: Wood, D. J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. Academy of Management Review, 691-718.

2.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK TEORİLERİ

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını anlamak şirketlerin nasıl ve neden KSS girişiminde bulunduğu sorularına yanıt bulmak için ortaya koyulan üç temel teori öne çıkmaktadır. Bunlar paydaş teorisi, sosyal sözleşme ve meşruiyet teorileridir (Moir, 2001).

2.5.1. Paydaş Teorisi

Bugün hala güncelliğini koruyan paydaş teorisini 1980’lerin ortalarında Freeman (1984) tarafından geliştirilmiştir. Paydaş teorisi temel olarak şirketlerin sorumlu olduğu paydaşların kimler olduğunu analiz etmek için kullanılmaktadır. Paydaş kavramı (Freeman, 1984), tarafından “organizasyonel amaçların başarılmasını etkileyen veya bu başarılardan etkilenen grup veya kişi” olarak tanımlamıştır. (Moir, 2001) Sadece şirket hissedarlarının çıkarlarını gözetken teorilerin aksine Paydaş teorisi şirket yöneticilerinin işletmede payı olan tüm grupları tatmin edecek süreçler geliştirmeleri ve uygulamaları gerektiğini ortaya koyar.

Kavramın ilk kullanıldığı zamandan bu güne işletmelerin etki alanından yer alan paydaşların sayısında artış olmakla birlikte Freeman’ın temel argümanı işletme dışı gruplarla ilişkilerin güçlü olması ortak hedeflerin gerçekleştirilmesini kolaylaştıracaktır.

Tam tersi durumda ise ortak hedeflere ulaşılması zorlaşacaktır. Bu argüman paydaş teorisinin temelini oluşturmaktadır. (Aktan & Börü, 2007) İşletmeye etki eden paydaşları birincil ve ikincil öncelikli olarak ikiye ayırmak mümkündür. Clarkson (1995, p. 106) birincil paydaşları yatırımcılar, ortaklar, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler gibi “devamlı katılımları olmadan kurumların devamlılığını sürdüremeyeceği paydaş grubu” olarak tanımlamıştır. İkinci gruptaki paydaşlar ise hükümetler, piyasa toplum gibi kurumu etkileyen veya kurumdan etkilenen fakat kurumun hayatta kalması için zaruri olmayan gruplardır. (Moir, 2001)

2.5.2. Sosyal Sözleşme Teorisi

Gray, Owen and Adams (1996) toplumu toplumun kendisi ve toplum üyeleri arasında geçerli olan bir dizi sosyal sözleşme olarak tanımlar. KSS bağlamında bakılırsa bir kurumun sorumlu davranmasının sebebi ticari çıkarları sebebiyle değil toplum işletmeden böyle davranmasını beklediği içindir. Donaldson ve Dunfee (1999) yöneticilerin etik bir bağlamda karar alabilmeleri için bütünleşik sosyal sözleşme teorisini geliştirmişlerdir. Bu yaklaşım makrososyal sözleşme ile mikrososyal tahahhüt birbirinden ayırır. Örneğin işletmenin yerel topluluğa destek verecek olması makro sosyal tahahhüt olarak ele alınırken ne şekilde destek vereceği mikro sosyal tahahhüt olarak değerlendirilir. (Moir, 2001)

2.5.3. Meşruiyet Teorisi

Suchman(1995) meşruiyeti "bir varlığın eylemlerini; arzulanan, uygun veya norm, değer, inanç ve tanımların sosyal olarak yapılandırılmış sisteme uygun olarak algılama ya da varsayma olarak tanımlar. (Moir,2001) Meşruiyet yönetimi üzerine önceki teorileri de bir araya getirerek 3 örgütsel meşruiyet tanımlar.

- Pragmatik
- Ahlaki
- Bilişsel

Ayrıca meşruiyet yönetiminin 3 temel mücadele alanı da meşruiyet kazanmak, korumak ve meşruiyeti tamir etmektir. (Moir, 2001) Sosyal sözleşme teorisi gibi meşruiyet teorisi de toplum ve kurum arasında bir sözleşme olduğu nosyonuna dayanmaktadır (Wan Fauziah Wan Yusoff, 2012).

Meşruiyet kuramını oraya koyan Davis'e göre şirketlerin meşruiyeti toplum düzeyinde tanımlanır. Şirketlerin yaptığı işe meşruiyet ve güç bahşeden toplumdur; elindeki gücü toplumun sorumlu addettiği biçimde kullanmayan şirketler uzun vadede bu gücü kaybederler (Davis & Blomstrom, 1975). Şirketlerin sorumluluğu da bir sosyal kurum olarak gücünü kötüye kullanmaktan kaçınmasıdır. Bu sebeple bu prensip bir kısıtlamadan çok bir olumlu bir görevden çok bir yasak olarak ele alınır (Wood, 1991). Ancak Davis'in meşruiyetin kaynağı olarak gördüğü toplum son derece muğlak bir yargı merciidir. Bu muğlaklık, Richard E. Freeman'ın paydaş yaklaşımıyla aşılar (Hof S. D., 2009a).

2.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞINA YÖNELİK EKONOMİK YAKLAŞIMLAR

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı iki farklı ekonomik yaklaşım ile ele alınmıştır. Bunlardan ilki kurumların amacının sadece kar elde etmek olduğunu ileri süren Klasik Ekonomik Yaklaşım diğeri de Modern Ekonomik Yaklaşım'dır (Sert, 2012).

Klasik Ekonomik Yaklaşımına göre şirketlerin tek sosyal sorumluluğu çalışanlara istihdam sağlamak ve vergilerini ödemekten ibarettir. (Moir, 2001) Bu yaklaşımın en önemli savunucusu Milton Friedman'dır. Ekonomist M.Friedman işletmelerin tek sorumluluğunun karlılıklarını arttırmak olduğunu ifade etmiştir. (Theaker & Yaxley, 2013)

Klasik Ekonomik yaklaşımın karşısında yer alan ve kurumların amacının hem toplumun refahını korumak ve geliştirmek hem de kar elde etmek olduğunu ileri süren Modern Ekonomik Yaklaşım paydaş teorisiyle açıklamaktadır. (Sert, 2012)

Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk şirketlerin toplumun refahını geliştirmek için yaptıkları faaliyetlerin ötesine geçmiş, rekabet avantajı yaratan konulardan biri olarak ele alınmaya başlamıştır. Şirketlerin gerçekleştirdiği KSS projelerinin hem toplumsal fayda yaratması hem de pazardaki rekabeti geliştirerek ve dolaylı olarak şirketin karlılığına katkı sağlamasının mümkün olduğunu öne süren Michael Porter buna örnek olarak Cisco Ağ Akademisi Programı'nı (Cisco Networking Academy) örnek vermektedir (Porter & Kramer, The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy, 2002). Son 20 yılda internet kullanımının artmasına karşılık bu konuda donanımlı çalışan sayısının yetersiz kalması üzerine internet altyapısında ve kurumsal ağlarda kullanılan aktif cihazların üretiminde en önde gelen üreticilerinden olan Cisco hem kendi ürünlerinin satışını arttırmaya hem de tüm BT sektörünün sorununu çözmeye yönelik bir eğitim programı hayata geçirmiştir. Cisco, bu programı ile her yıl yüz binlerce öğrenciye ağ oluşturmak, tasarlamak ve bu ağların bakımını yapmak için gereken ve tüm dünyada geçerli olan becerileri öğretmek hem onların kariyer hedeflerini geliştirmekte hem de dünyanın ağ uzmanı talebini karşılamaktadır (Cisco, 2018).

2.7. TÜRKİYE'DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK LİTERATÜRÜ

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının Türkiye'de iş dünyasının gündemine girişi batılı ülkelerde olduğu gibi olmamıştır. Avrupa ve Amerika'da kurumsal sosyal sorumluluğun şirketlerin gündemine girmesi 1960'lardaki toplumsal hareketler ve çokuluslu şirketlerde patlak veren çeşitli skandallar sonrasında toplumsal hareketlerin ortaya çıkması ve şirketlere uyguladıkları baskılar şirketleri KSS'yi gündemlerine almaya zorlarken Türkiye'de böyle bir süreç işlememiştir. Bunun tam tersine bir süreç işlemiş, şirketler toplumsal bir baskı olmaksızın yukarıdan gelen bir taleple STK'larla işbirlikleri hayata gerçekleştirmeyi talep eden taraf olmuşlardır (Hof S. D., 2009a). Seçil Deren Van Het Hof bu atipik durumun Türkiye'de sivil toplum kuruluşlarının siyasi ve ekonomik anlamda zayıf olmalarına ve şirketleri kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaya iten uluslararası kökenli başka nedenlerin varlığına bağlar (Hof S. D.,

2009a). Ceyhun Göcenoğlu ve Zeynep Girgin Türkiye’de KSS uygulamalarının gelişmesinin altında yatan nedenleri aşağıdaki gibi sıralamaktadır.

- Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının Avrupa Birliği’ne aday üyelik sürecindeki Türkiye için Türk şirketlerinin AB standartlarında iş yapması açısından gerekli olması,
- Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının şirket çalışanlarını motive ederek performanslarına olumlu yansımaları
- Rekabetçi uluslararası piyasalarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunan şirketlerin hem kurumsal hem bireysel müşteriler tarafından tercih edilmesi
- Özellikle çevre konusundaki hukuksal düzenlemelerin artması (Göcenoğlu & Onan, 2008)

Ertuna ve Tükel tarafından 2009’da yapılan araştırma Türkiye’de iş dünyasında büyük aile şirketlerinin egemen olduğunu ve bu şirketlerin çoğunlukla ailelerine ait vakıflar vasıtasıyla yürüttükleri geleneksel hayır işlerini KSS faaliyetleri olarak raporladıklarını göstermektedir. Fakat uluslararası piyasalar ile entegrasyon sürecindeki bu şirketlerin, aynı zamanda KSS’yi özellikle uzun vadeli şirket değerlerini arttıracak şekilde iş yapma modellerine entegre ettiklerini de söylemek mümkündür. (Ertuna & Tükel, 2009)

2.7.1. Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluğun tarihsel gelişimine bakıldığında yüzyıllar öncesinden günümüze gelen iki gelenekten bahsetmek mümkündür. Bunlardan ilki iş etiği prensiplerinin kökenlerinin Osmanlı dönemine ait sosyoekonomik örgütlenme modelinin temelini oluşturan Ahilik teşkilatıdır. Ahilik, çalışma ve iş hayatı ile birlikte sosyal hayatı da düzenleyen sosyoekonomik bir modeldir. Vatandaşlık haklarına dayalı bir yaklaşımın olmadığı ve çeşitli dini cemaatleri içeren Osmanlı toplumsal düzeninde, sosyal dayanışma Ahi teşkilatı ile birlikte dini cemaatlere bırakılmıştı. (Ertuna &

Tükel, 2009) Diğer bir gelenek de vakıflar vasıtasıyla yapılan hayırseverlik hareketleridir. Osmanlı İmparatorluğu'nda vakf (şimdiki adıyla vakıf) kavramı eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik gibi kamu hizmetlerinin temel kurumsal mekanizmasını oluşturmaktaydı. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte ekonomik ve politik değişiklikler birçok alanda yeni rol yapılanmalarına sebep olmuştur. Özellikle 1924 yılında Ticaret ve Sanayi Odaları Kanunu ile ahi birliklerini "Esnaf ve Sanatkâr Odaları"na dönüştürmesi ve 1924'te "Vakıflar Genel Müdürlüğü"nü kurmasıyla ahi örgütleri ve vakıflar işleyemez hale gelmiş ve yeni bir aktör olarak devlet hayırseverlik alanında etkin olmaya başlamıştır (Alakavuklar, Kılıçaslan, & Öztürk, 2009). Devlet kendisini sosyal devlet olarak konumlandırmış, güçlü ve merkezi bir aktör olarak bu alandaki faaliyetlerin tek uygulayıcısı olarak görülmesini sağlamıştır. Aynı şekilde Türkiye'de ekonomik girişimlerin küçüklüğü ve şirketlerin devlet aktörüne tabii olması ABD'deki gibi şirketlerin sosyal sorumluluğuna dair tartışmaların gerçekleşmemesine sebep olmuştur. Aynı dönemde devlet bir taraftan örgütsel anlamda hayırseverlik faaliyetlerini sahiplenirken diğer taraftan ileride bu alanda söz sahibi olacak aktörleri de destekleyerek güçlenmelerini sağlamaktadır (Alakavuklar, Kılıçaslan, & Öztürk, 2009).

Özetle, 1930'lu yılların ekonomik ve toplumsal dinamiklerinin etkisiyle geleneksel Ahilik sistemi ortadan kaybolmuş, devlet güçlü ve merkezi yapısıyla bu alanda tek oyuncu olarak öne çıkmıştır. 1960'lardan sonrasına bakıldığında özel sektörün devletin desteğiyle gelişmesi ile devlet tek aktörlükten geri çekilmiş, sosyal sorumluluk anlayışı giderek güçlenen şirketler ve bu ailelerin vakıflar kurarak hayırseverlik etkinlikleri yapmasıyla yakın zamana kadar devam etmiştir (Alakavuklar, Kılıçaslan, & Öztürk, 2009).

Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk özel vakfı olan Vehbi Koç Vakfı, 17 Ocak 1969'da Vehbi Koç tarafından kurulmuştur. Eğitim, sağlık ve kültür alanlarında faaliyet göstermeye başlayan Vehbi Koç Vakfı, okul, yurt, kütüphane ve klinik gibi tesisler kurarak maddi imkânları kısıtlı gençlere eğitimde fırsat eşitliği yaratmak amacıyla burs vermiştir.

(Vehbi Koç Vakfı, 2017). Gittikçe holdingleşen aile şirketleri saygınlık kazanmak için kültür, sanat ve hayırseverlik faaliyetlerini hayata geçirecekleri vakıflar kurmaya devam etmişlerdir. Türkiye’deki pek çok aile holdingi bir vakfa sahiptir. Bu bağlamda, toplumun şirketlerden beklentisi de tarihsel vakıf felsefesi etrafında şekillenmekte ve sosyal sorumluluk, şirketlerin bağışları ve hayırseverlik faaliyetleri ile eşdeğer algılanmaktadır (Bikmen, 2003). Burada geleneksel ve kültürel kökenlerden gelen hayırseverlik anlayışıyla modern iş dünyasında kullanılan stratejik ve rasyonel bir süreç olan KSS’yi ayırtırmak gerekmektedir.

Türkiye’de iş dünyasının Kurumsal Sosyal Sorumluluk konusunda yaklaşımı yerel ve küresel unsurların etkileşiminin incelenmesi açısından ilginç bir noktadadır. Sosyal sorumluluk uygulamalarının hem geleneksel bir boyutu vardır, hem de uluslararası piyasalarla entegrasyon sonrasında küresel etkiler devreye girmeye başlamıştır. (Ertuna & Tükel, 2009)

Türkiye’de ekonomik ve politik yapı göz önüne alındığında uzun vadeli bir planlama sonucu gerçekleşecek sürdürülebilir bir kalkınma programı için elverişli bir ortamın gelişmesi çok mümkün olmamıştır. 1980’lerden itibaren ekonomik anlamda ciddi ilerlemeler kaydedilse de artan rekabet sebebi ile şirketler karlılıklarını korumaya odaklanmış ve KSS aktiviteleri öncelikli bir konu olarak gündeme gelmemiştir. KSS ve ilgili konulardaki bilinç düzeyini arttırmada önemli bir etken Türkiye’nin uluslararası antlaşmalara imzacı, kampanya ve etkinliklerin katılımcısı olması olmuştur. Özellikle 1996’da İstanbul’da gerçekleşen Habitat II Konferansı, sosyal konuların tartışıldığı bir platform olarak bu konuda farkındalık yaratılmasına olanak yaratmıştır. Bu konferans, sürdürülebilir kalkınma ile ilişkili konuların Türkiye’de tartışılması için gereken ortamın yaratılmasında öncülük etmiştir.

2000’li yıllardan itibaren küreselleşmenin de etkisiyle uluslararası ticaretin yaygınlaşması ve sivil toplum örgütlerinin güçlenmesi Türk şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk projelerine daha çok ilgi göstermesine yol açmıştır. (Sert, 2012).

Türkiye’de KSS uygulamalarına ilişkin hazırlanan ilk yasal belge olan ‘Kurumsal Yönetim İlkeleri’ Sermaye Piyasası Kurulu tarafından 2003’te yayınlanmıştır. İlkelerin uygulanması gönüllülük ilkesine dayansa da şirketler bu ilkelerin uygulanıp uygulanmadığını yıllık faaliyet raporlarında belirtmekle yükümlüdürler (Göçenoğlu & Onan, 2008).

Sosyal sorumluluk alanında lider olan kurumlar hem finansal hem sembolik anlamda toplumdaki güçlü varlıklarının bir göstergesidir. Bu açıdan günümüzde holdingler KSS uygulamalarının sürükleyicisi konumundadırlar. Bunun yanı sıra kurumsal sosyal sorumluluk alanına artan ilgiyi gösteren farklı gelişmeler de vardır. KSS Derneği kurulmuş⁸, şirket içi KSS eğitimleri vermeye başlanmış, KSS faaliyetlerinin takibi ve değerlendirilmesi ile ilgili yeni oluşumlar (örneğin, www.kurumsalsosyal.com) ortaya çıkmıştır. KSS’nin başlı başına bir ders veya ders projesi olarak üniversitelerde (örneğin Sabancı Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi) lisans eğitimine girmeye başlaması da bu gelişmelere örnek gösterilebilir (Alakavuklar, Kılıçaslan, & Öztürk, 2009).

Türkiye’de sivil toplum örgütlerinin gelişmesi için atılan adımlar ve şirketlerin dâhil olduğu KSS projelerindeki artış olumlu gelişmeler olsa da sivil toplumun yeterince güçlü olduğunu söylemek çok mümkün değildir. Olması gerekenin aksine, STK’ları geliştirdikleri projelerde birlikte çalışmaya şirketler davet etmektedir. Dolayısıyla Türkiye’de sivil toplum kuruluşları yalnızca hükümetleri değil şirketleri de çevre, hukuk, sağlık, insan hakları gibi alanlarda sorumlu olmaya zorlamakta yetersiz kalmaktadırlar (Hof S. D., 2009b)

2.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN GENİŞLEYEN ÇERÇEVESİ

Günümüzde işletmelerin farklı hedef kitlelerine yönelik çeşitli sorumluluklarının olduğu ve iş dünyasında başarılı olmak için bu sorumlulukların da yerine getirilmesi

⁸ Türkiye KSS Derneği - www.kssd.org

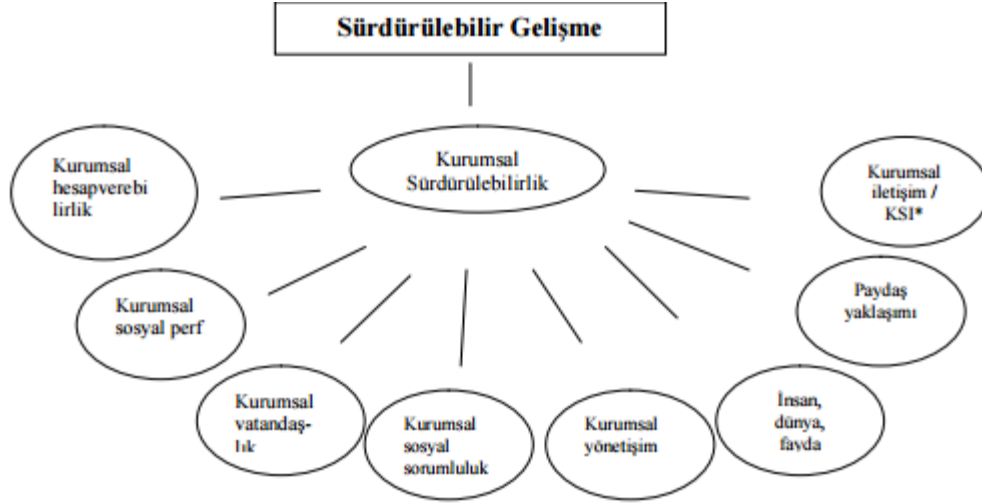
gerektiği fikri kabul görmektedir. KSS olgusu üzerinde tartışmalar devam ettikçe bu konu etrafında tartışılan kavramlarının da sayısı artmıştır.

2.8.1. Kurumsal Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilir kalkınma kavramı çevre hareketinin bir parçası olarak ilk defa 1987 yılında Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun (World Commission on Environment and Development) “Ortak Geleceğimiz” (Our Common Future) raporunda kullanıldı. Komisyon başkanı, Gro Harlem Brundtland'ın adıyla da anılan raporda “Sürdürülebilir kalkınma bugünün ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılayabilecek kalkınma” olarak tanımlanmıştır (World Commission on Environment and Development, 1987). Marrewijk & Werre en geniş haliyle Kurumsal Sürdürülebilirlik kavramını bir şirketin sosyal ve çevresel sorunları işletme operasyonlarına ve paydaşlarla etkileşime dâhil eden aktiviteler olarak tanımlar (Marrewijk & Werre, 2003.).

Kurumsal Sürdürülebilirlik bir kurumun sosyal sorumluluk anlayışına temel oluşturabilecek, sosyal, ekonomik ve çevresel olmak üzere üç etki alanı bulunan temel bir yaklaşımdır. Signitzer ve Prexl (2008) yaptıkları çalışmada, kurumsal sürdürülebilirliğin kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal vatandaşlık, kurumsal sosyal performans, kurumsal hesap verebilirlik/üçlü kar hanesi, kurumsal yönetim, paydaş yaklaşımı ve kurumsal iletişim kavramlarının hepsini kapsayan şemsiye bir terim olduğunu ifade etmiştir (Signitzer & Prexl, 2008).

Tablo 5.2.4. Kurumsal Sürdürülebilirlik



Kaynak: Kurumsal sürdürülebilirlik ve diğer ilgili kavramlar (Signitzer ve Prexl, 2008:3)

Kurumsal Sürdürülebilirlik İletişimi

2.8.2. Kurumsal Vatandaşlık

Matten ve Crane (2003) kurumsal vatandaşlık kavramının işletme ve yönetim literatüründe işletmelerin sosyal rolünden bahsederken kullanılan bir terim olarak ortaya çıktığını ifade ederler (Matten & Crane, 2003). Carroll (1991) iyi bir kurumsal vatandaş olmayı KSS'yi oluşturan dört unsurdan biri olan hayırseverlik sorumluluğu altında değerlendirmiştir (Carroll, 1991) Kurumsal vatandaşlık, işletme ve toplum arasındaki ilişkinin işletmenin sosyal, çevresel ve politik sorumlulukları olduğu anlayışını dâhil edecek şekilde genişlemesi olarak tanımlanabilir (McIntosh, 2007). Zadek, Pruzan ve Evans, (1997) kurumsal vatandaşlığı şirketlerin ticari faaliyetleri esnasında tüm yasal, etik ve sosyal kurallara uyması ve toplumla arasındaki sözleşme gereği olarak kendisinden beklenenleri yerine getirmesi olarak tanımlamışlardır. Bireylerin toplum içinde “vatandaşlık” görevleri olduğu gibi işletmelerin de paydaşlarına karşı görev ve sorumlulukları vardır (Zadek, Pruzan, Evans, 1997'dan aktaran (Börü, 2007)).

2.8.3.Ortak Değer Oluşturmak Yaklaşımı⁹

Günümüzde şirketlerin sosyal, çevresel ve ekonomik problemlerin kaynağı olarak görüldüğünü öne süren Michael E. Porter ve Mark R. Kramer 2011’de Harvard Business Review’da ortaya koydukları makalelerinde buna çözüm olarak Ortak Değer Oluşturmak” yaklaşımını ortaya koymuştur. Ortak Değer konsepti toplumsal ve ekonomik gelişme arasındaki ilişkiye odaklanarak şirketlerin toplum ve iş dünyasını bir araya getirmek için öncü rol üstlenmesi gerektiğini söyler. Porter ve Kramer’a göre çözüm ekonomik değer yaratırken toplumun ihtiyaç ve zorluklarını göz önüne alarak toplumsal değer yaratmayı hedefleyen ortak değer prensibinde yatmaktadır. İşletmeler şirket performansını toplumsal ilerlemeyi ile birlikte ölçümlmelidir. Makalede bu yaklaşımın sosyal sorumluluk kurumsal hayırseverlik ve sürdürülebilirlik kavramlarından farklı bir kavram olduğunu ekonomik başarı sağlamanın yeni yolu olduğu vurgulanır (Porter & Kramer, 2011).

2.8.4. Kurumsal Gönüllülük

Kurumsal gönüllülük programları KSS kapsamında hayata geçirilen uygulamalardan bir tanesidir. Çalışanlar emek ve zamanlarını ayırarak toplumsal fayda yaratmak adına gönüllü faaliyetlerde yer alırlar. Çalışanların kendi inisiyatifleri ile bağımsız olarak yaptıkları gönüllülük faaliyetlerinin aksine kurumsal gönüllülük çalışmalarında şirket, çalışanlarının hepsini kapsayarak gönüllülüğün sistemli şekilde yapılmasına olanak sağlamaktadır. Şirketler çalışanlarını teşvik eder ve kolektif olarak belirli alanlarda faaliyetler göstermesini destekler (Güçlü, 2013).

Kurumsal gönüllülük uygulamaları bir yanıyla şirketlerin KSS kapsamında hayata geçirdiği faaliyetler olarak öne çıkmakta diğer yanıyla çalışanların bireysel olarak sivil topluma dahil olmasını hızlandırıp gönüllülük yapmalarına katkı sağlamaktadır. Fakat kurumsal gönüllülüğün dolaylı olarak şirketlerin karlılığına katkı sağlaması;

⁹ Creating Shared Value kavramı Türkçe kaynaklarda Ortak Değer Oluşturmak olarak çevrildiği için bu şekilde kullanılmıştır.

Çalışanların karşılığında maddi gelir elde ettikleri çalışma saatleri içinde gönüllölük yapıyor olması gönüllölük kavramıyla ilişkisini muğlaklaştırmış ve çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Bir sonraki bölümde kurumsal gönüllölük bu çerçevede tarihsel süreç içinde değeriendirilerek ve kavramın Türkiye'deki gelişimi ele alınacaktır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK

Kurumsal gönüllülük kavramının değişen çalışan talep ve beklentileri ile doğru orantılı olarak iş dünyasında gittikçe önem kazanan konulardan bir tanesi olarak öne çıkmaktadır. Çalışmanın bu bölümde kurumsal gönüllülük kavramı, tarihsel gelişimi ve günümüzdeki örnekleri ele alınacaktır.

3.1. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜĞÜN TANIMI

Kotler ve Lee (2005) kurumsal gönüllülüğü şirketlerin sosyal amaçları desteklemek ve KSS yükümlülüklerini yerine getirmek için hayata geçirdikleri faaliyetlerden bir tanesi olarak ele alır ve aşağıdaki şekilde tanımlar:

“Kurumsal gönüllülük kurumun çalışanlarını perakende ortaklarını ve/veya acentalarını gönüllü olarak yerel toplum örgütlerini veya sosyal amaçları desteklemek üzere zamanlarını bağışlamaları için desteklediği ve teşvik ettiği bir girişimdir. Kurum desteği işten ücretli izin vermeyi, çalışanların ilgilenecekleri fırsatları bulmalarına yardımcı olmak için birimleri karşılaştırmayı, hizmeti onaylamayı ve kurumun hedeflediği özel sosyal amaçları desteklemek için ekipler düzenlemeyi gerektirebilir.” (Kotler & Lee, 2005)

Kurumsal gönüllülük, çalışan gönüllülüğü, toplum gönüllülüğü gibi farklı şekillerde tanımlanan programlar genelde şirketlerin KSS programlarının bir parçası ve KSS politikalarının uygulama biçimlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu programlar şirket çalışanlarını işverenlerin liderliğine bir araya getirerek toplumun ihtiyaçlarına karşılamaya yönelik planlı çalışmalar olarak da değerlendirilebilir. (Points of Light, 2013)

Kurumsal gönüllülüğün Rodell, Breitsohl, Schröder ve Keating tarafından gönüllülük üzerine var olan teorileri bir araya getirilerek yapılan bir diğer tanımı da “*Çalışan bireylerin zamanlarını planlı bir etkinlik boyunca kar amacı gütmeyen bir kuruluşa ayırmaları.*” şeklindedir. (Rodell, Breitsohl, Schröder, & Keating, 2016). Burada gönüllülüğün tanımında kullanılan üç temel kavram bir araya getirilmiştir¹⁰.

Birincisi gönüllülüğü bağıştan ayıran en önemli nokta, kişinin kendi uzmanı oldukları bilgilerini kullanarak (bir muhasebecinin vergi konusunda gönüllülük yapması) yahut bilgileri dışında bir alanda (bir muhasebecinin ev inşa etme konusunda gönüllülük yapması) aktif katılım sergileyerek *zaman ayırmasıdır*. (Omoto & Snyder, 1995; Wilson, 2000)’dan alıntılan (Rodell, Breitsohl, Schröder, & Keating, 2016)

İkincisi gönüllülük anlık bir yardım hareketi değil *planlı bir etkinliktir*. Bu sebeple yaşlı birini karşıdan karşıya geçirmek gönüllülük değil ama Cumartesi sabahı için yerel tren yolunu temizlemek üzere kaydolmak gönüllülüktür. (Penner, 2002) (Wilson, 2000)’dan alıntılan (Rodell, Breitsohl, Schröder, & Keating, 2016))

Üçüncüsü gönüllülüğün bir gönüllü topluluk veya dernek gibi bir organizasyon çerçevesinde yapılması gerekliliğidir. Çoğu gönüllülük tanımında yer alan bu nokta gönüllülerin kişileri birebir tanıyarak yaptığı yardımın yerine gönüllülüğün resmi ve genel aktivite olmasını vurgular. (Omoto & Snyder, 1995; Wilson, 2000) dan alıntılan (Rodell, Breitsohl, Schröder, & Keating, 2016))

Özel Sektör Gönüllüleri Derneği tarafından 2013’te hazırlanan Kurumsal Gönüllülük Programları El Kitabı kitabında 2011’de Uluslararası Kurumsal Gönüllülük Konseyi (Global Corporate Volunteering Council) tarafından yapılan gönüllülük tanımı aşağıdaki şekilde açıklanmıştır (Güçlü, Türkmenoğlu, Ilgaz, & Akman, 2013):

- *Kurumsal gönüllülük, dinamik ve küresel bir güçtür. Bu gücü tetikleyicileri de yerel ve küresel sorunlara çözüm bulmak isteyen şirketlerdir.*

¹⁰ Kavramların açıklamalarında yer alan örnekler yazarların eserlerinde kendi kullandığı örneklerdir.

- *Şirketler artık daha yukarıdan bir bakışla yerel kadar küresel ihtiyaçlara da çözüm olma peşindeler. Kaynakları etkin kullanarak temel ihtiyaçlara (açlık, sosyal adalet, çocuk ve gençlerin gelişimi gibi) odaklanarak çalışmaktalar. Gönüllülüğe küresel boyut kazandırma ve dinamizm getirme arayışı güçlenmekte.*
- *Gönüllülük, küresel ve yerel boyutta düşünme, etkiye odaklanma ve olumlu dinamizm gerektiriyor.(Global Corporate Volunteering Research Project- Global Corporate Volunteering Council IAVE - International Association for Volunteering Effort - January 2011'dan alıntılanan (Güçlü, Türkmenoğlu, Ilgaz, & Akman, 2013)*

3.2. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK KAVRAMININ GELİŞİMİ

Kurumsal gönüllülük kavramının ortaya çıkışına bakıldığında 1979 yılında hazırladığı *Volunteers from the Workplace* raporu için araştırma yapan Kenn Allen (2012), ilk olarak 1972 yılında Human Resources Network'te yayınlanan bir raporda 92 şirketin çalışan gönüllülüğü aktivitesine katıldığı belirtmiştir. Aynı raporda yer verildiği kadarıyla 1973 yılında gönüllülük yapan sigorta firmalarının sayısı 131 ilen 1978'de 187'ye yükselmiştir. 1968 yılında Levi Strauss'un Toplumsal Katılım Takımı'nın kurulması, 1969'da Bell Labs ve 1979 yılında Citibank için resmi kurumsal gönüllülük girişimlerin yapılması, 1971'de IBM ve 1972'de Xerox'un sosyal servis programlarının hazırlanması kurumsal gönüllülük literatüründe önemli dönüm noktaları olmuştur (Allen, 2012). Devletler de şirketlerin sosyal konularda çalışanlarının gönüllü olarak katılımcı olmasını çoğunlukla desteklemektedirler. İngiltere'de eski Başbakan'ı bu programlara olan desteğini sözlü olarak paylaşmıştır. Tony Blair 2000 yılında şirketleri çalışanlarına yılda bir gün gönüllülük yapmaları için izin vermeleri için teşvik etmiştir (Bussell & Forbes, 2008). Çalışan gönüllülüğünün öne çıkmasında bir diğer önemli dönüm noktası da 2011 yılının Avrupa Birliği tarafından Avrupa Gönüllülük Yılı olarak ilan edilmesi olmuştur. Avrupa Komisyonu

ayrıca Avrupa'daki şirketlerde kurumsal vatandaşlık davranışlarını teşvik etmek için Çalışan Gönüllülüğü Ödülleri Programı'nı hayata geçirmiştir (Business in the Community, 2017). Tüm bu adımların sonrasında ABD'de The Conference Board¹¹ tarafından her yıl yapılan Giving in Numbers araştırmasının 2017'de 258 şirketle yapılan sonuçlarına göre şirketlerin %61'i çalışanlarının çalışma saatleri içinde kar amacı gütmeyen kuruluşlar için gönüllü olarak çalışmalarına imkân sağlamaktadır (Good, 2017).

Kurumların bu programları desteklemelerinin bir sebebi de çalışanların topluma fayda sağlayan projeler yapan şirketlerde çalışmayı tercih etmeleridir. 2014 yılında 1980-2000 yılları arası doğan bireylerin dâhil olduğu demografik kuşağı kapsayan Millenial Kuşağı'nın¹² çalışma tercihleri üzerine yapılmış bir araştırma, adayların işe başvururken tercih ettiği ilk üç faktörden birinin şirketin fayda odaklı konulara olan ilgisi olduğunu göstermektedir (Case Foundation, 2014). 2017 Deloitte Gönüllülük Anketi'nde katılımcıların %89'u gönüllülük aktivitelerine sponsor olan şirketlerin olmayanlara kıyasla daha iyi bir çalışma ortamı sunacağını düşündüğünü ortaya koymaktadır (Deloitte, 2017). Daha çok nitelikli adayın sosyal konularla ilgili duyarlı davranması şirketleri de gönüllülük programları hayata geçirmeye yönlendirmektedir.

Kurumsal gönüllülük programlarını uygulayan şirketlerin sayısındaki artışa rağmen kurumların hangi çalışmaları kurumsal gönüllülük kapsamında ele aldıkları ve bu programların kesin sınırları konusunda muğlaklıklar bulunmaktadır. Meijs and Van der Voort (2004) kurumsal gönüllülük programları için iki boyutlu bir sınıflandırma önerir. İlk boyutu gönüllülerin çalıştığı konuyu/örgütü kurumun mu yoksa gönüllülerin mi

¹¹ The Conference Board(Konferans Kurulu): Performanslarını arttırmak ve topluma daha iyi hizmet vermelerine yardımcı olmak için iş dünyasına yönetim ve pazaryeri hakkında bilgi üreten ve dağıtan kar amacı gütmeyen bir Amerikan kurumdur. (Kotler & Lee, 2005, s. 12)

¹² Millenial kuşağı kavramı için: <http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/> (Millenial kuşağı Y Kuşağı olarak da ifade edilmektedir.)

seçtiğidir. İkinci boyutu ise yapılan çalışanın gönüllü çalışmayı iş saatlerinde mi yoksa kendi özel zamanında mı hayata geçirdiği üzerinedir (Meijs & Voor, 2004).

Kurumsal gönüllülük programlarının çalışanların zamanlarını ayırarak sosyal projelerde gönüllü olarak çalışmalarının yanı sıra diğer bir ayağı da kurumların bu projelere yaptığı diğer katkılardır. Şirketler çalışanlarının gönüllü olarak yer aldıkları projelere resmi ve resmi olmayan politikalarla çeşitli destekler sağlamaktadır. Bu destekler gönüllülük için esnek zaman sunmak, gönüllülük için ücretli izin vermek, çalışanların gönüllülük yaptığı kurumlara para bağışı yapmak, gönüllülüğü desteklemek için şirket kılavuzları hazırlamak ve gönüllüler için takdir programları düzenlemek gibi farklı yaklaşım ve politikalar şeklinde olabilir (Tschirhart, 2005). Dünya'nın en büyük yapı market zinciri olan Home Depot'un 2005 yılında gönüllülük aktivitelerine 15milyon dolarlık bir bütçe ayırarak her bayide bu konudan sorumlu çalışan bir personel görevlendirmesi bu politikalara bir örnektir (Points of Light Foundation, 2005'ten alıntıl原因 (Booth, Park, & Glomb, 2009)).

Lukka (2000), kurumsal gönüllülüğü iki gruba ayrılabilirliğini vurgulamıştır; ilki çalışanların önderlik ettiği ve şirketin onaylayarak desteklediği aktiviteler, ikincisi de şirketin kendisinin başını çektiği aktivitelerdir. Bu gruplama kurumdaki gönüllülük modeline dair bir fikir verse de iki grup da birbirinden tamamen ayrı değildir (Lukka, 2000). Çalışanların dâhil olduğu bu projeler bir kurumda gönüllü olarak çalışmanın yanı sıra aşağıda yer verildiği üzere bazı farklı etkinlikler şeklinde de olabilir (Millie & Jacobson, 2002) (Allen, 2012):

- Bir grup çalışanın bir araya gelerek toplumsal bir soruna çözüm bulmak için beraber çalıştığı ve **takım çalışması** yeteneklerini geliştirdiği etkinlikler
- **Gelişim görevlendirmeleri**, hem çalışanın gerçek bir proje tamamladığı hem de kendi bireysel yeteneklerini geliştirdiği görevlendirmelerdir.
- Bir iş değişikliği veya emeklilik için hazırlanan çalışanın toplumsal bir organizasyonda çalışması için **geçici görevlendirmesi**

- **Mentorluk**; özellikle eğitim alanında çalışanların birebir görevlendirilmesi.
- Gönüllülerin güvenilir kişi olarak **yönetim kurulunda görevlendirilmeleri**.

3.3. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK PROGRAMLARININ FAYDALARI/ETKİLERİ/FONKSİYONLARI

Kurumsal gönüllülük programlarının topluma, gönüllünün kendisine ve şirketlere faydasının olduğunu söylemek mümkündür. Allen (2003) kurumsal gönüllülüğün genelde işle alakalı açılardan ele alındığını belirtmiş ve bu açıdan bakıldığında üç temel faydası olduğunu ifade etmiştir:

Toplum için faydalıdır, çünkü yeni gönüllü kaynağı yaratır, zamanını, enerjisini ve uzmanlığını ayıracak yeni bir grup insanın sosyal projelere yönlendirilmesini sağlar. Bu insan kaynağı çoğu zaman şirketlerin diğer kurumsal kaynaklarını da beraberinde getirirler.

Gönüllüler için faydalıdır, çünkü gönüllü olan kişi bu sayede yeni sosyal bağlantılar, destek, bilgi ve yetenekler elde eder. Çoğu zaman çalışanlar iş ortamlarında fayda sağlayacak bazı yeteneklerini geliştirme ve şirket içinde geliştiremeyecekleri liderlik yeteneklerini pratik etme fırsatı bulurlar.

Şirketler için faydalıdır, çünkü çalışanların daha sadık ve üretken olmasını sağlar, toplumun gözünde pozitif bir imaj çizer ve İnsan Kaynakları, halkla ilişkiler, pazarlama gibi departmanlara stratejik iş hedeflerini karşılayacak yeni kaynakların eklenmesini sağlar. (Allen, 2003) Kurumsal gönüllülüğün şirketler tarafından yetenek gelişimi kapasitesini arttırmak için potansiyel ve düşük bütçeli bir yöntem olarak İnsan Kaynakları departmanının altında değerlendirilmesi de bunu desteklemektedir (Lukka, 2000). Kurumsal gönüllülük aktivitelerinde katılan çalışanlarla yapılan araştırmalar ağırlıklı olarak bireylerin şirketle ilişkisi ve çalışma hayatındaki değişim ile ilgilidir.

ABD’de yöneticilerle yapılan Conference Board (1993) araştırmasının sonuçlarını paylaşan Tuffrey (1995) kurumsal gönüllülüğün aşağıdaki yeteneklerde gelişmeler olacağını ortaya koymuştur (Tuffrey, 1995).

- İletişim yetenekleri
- Organizasyon ve zaman yönetimi yetenekleri
- İnsani yetenekler (şefkat, müzakere ve dinleme)
- Hesap verebilirlik ve değerlendirme raporlaması
- Planlama yetenekleri
- Bütçeleme yetenekleri
- Hayatta kalma yetenekleri
- Stres yönetimi önceliklendirmesi

Bunlara ek olarak aynı araştırmada kurumsal gönüllülüğün aşağıdaki alanlarda bakış açısını değerlendirmek ve farklı tavır geliştirmek için de faydalı olduğu ortaya konulmuştur.

- Çalışma arkadaşlarına arkadaş göstermede ve farklılıklara saygıda artış
- Zorluklara karşılık vermede daha yenilikçi yaklaşım
- Hesaplı risk almada gelişme
- Toplum düşüncesinde ve sosyal yükümlülüklerde artış
- Ekip tarafından hayata geçirilen faydaları takdir etmede artış
- Kişisel kapasite ve kişisel değer onaylanması
- Yabancılaşma yalnızlık hislerine karşı pozitif direnç (Tuffrey, 1998)den alıntılanan (Lukka, 2000)

Yukarıda belirtildiği üzere gönüllüler için farklı alanlarda geliştirdikleri beşeri sermayeye katkı sağlamasının yanı sıra çalışan gönüllülüğünün çalışanlar, şirketler ve kurumlar arasında toplumsal ağlar inşa etmek, güven unsuru ortaya koymak işbirliği

sağlamak gibi faydaları sebebi ile sosyal sermaye¹³ geliştirdiğini söylemek mümkündür (Pajo & Lee, 2011).

Kurumsal gönüllülüğe sosyal açıdan bakıldığında ayrıca sivil toplum örgütleri için de oldukça faydalı olduğunu söylenebilir. Şirketlerde çalışanlarının gönüllü olarak yer alması sayesinde sivil topluma insan kaynağı yaratmak mümkün olmaktadır. Getirdikleri teknik donanım ve altyapı ile STK'ların ana kapasitelerini güçlendirirler ve gönüllülerin STK'yla olan ilişkisi farklı kaynakların da getirilmesini sağlar. Son olarak gönüllülerin sosyal projelere katılımı kurumun çalıştığı konu, niçin bu konuda çalışıldığı gibi konularda bilgilendirilmelerini de sağlar (Allen, 2003).

Literatüre bakıldığında kurumsal gönüllülük programlarının sosyal etkileri hakkında yapılan çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak kurumsal gönüllülüğün çalışan bağlılığı, örgütsel özdeşleşme gibi alanlarda şirketlere olan faydalarına, iş tatmini gibi konularda kurum çalışanları üzerindeki etkisine odaklanmaktadır (Roza, 2016).

Hem kurumların hem de çalışanların kurumsal gönüllülüğe olan ilgilerinin artmasındaki bazı temel sebeplerden bahsedilebilir. Zappala ve McLaren (2004) bunları 3 temel başlıkta toplamıştır. Bunlardan ilki şirketlerin içinde bulundukları toplumla daha bütünleşik olması gerekliliği, ikincisi kurumsal sosyal sorumluluk kavramının şirketler için gittikçe bir zorunluluk haline gelmesi ve üçüncüsü de ilk iki başlıkla doğru orantılı olarak, şirketlerin iyi birer kurumsal vatandaş olarak davranma arzusundaki artıştır. Kurumsal gönüllülük şirketlerin topluma fayda sağlamak için en önemli yollarından biridir. İkincisi çalışanların da daha etik ve topluma faydalı şirketlerde çalışmak için talepleri artmaktadır. Çalışanların içinde yer aldıkları faydalı projeler sayesinde çalıştıkları yerden aldıkları tatminin arttığını söylemek mümkündür. Son olarak üçüncü sektör olarak tanımlanan sivil toplumun da kurumsal gönüllülüğün ana motiflerinden biri olduğu söylenebilir. Geleneksel gönüllülükten farklı olarak

¹³ Social capital

kurumsal gönüllüler genelde uzmanlaştıkları konuda gönüllülük yaparak STK'lar için ulaşması çok da mümkün olmayan bir insan kaynağı yaratmaktadır (Zappala & McLaren, 2004).

3.4. KURUMSAL GÖNÜLLÜLERİN MOTİVASYONLARI

Yapılan araştırmalar gönüllülük programlarına katılan gönüllülerin işle alakalı yeteneklerinde katılmayanlara göre büyük bir artış olduğunu düşündüklerini ortaya koymaktadır (Peterson, 2004).

Tschirhart (2005) çalışan gönüllülüğü ile ilgili hazırladığı raporunda çalışanlara yönelik faydalarını aşağıdaki şekilde bir araya getirmiştir. (Tschirhart, 2005)

Çalışan gönüllülüğü çalışanların şirket içinde ve dışında geliştirdikleri sosyal ağları kuvvetlendirmekte (Business Strengthening America, 2003) ve takım olmalarını hızlandırmaktadır. (Points of Light Foundation, 1998) ...Gönüllülük çalışanların iş yerindeki moral durumunu olumlu yönde etkilemekte ve çalışanların şirketlerine karşı duydukları övüncü arttırmaktadır. (Business Strengthening America, 2003, Pancer, Baetz & Rog, 2002; Points of Light Foundation, 1998; Tuffrey, 2003). Çalışanların bu projelere katılmadan dahi şirkete karşı olumlu hisler beslemeye başlaması oldukça carpidır(Tuffrey, 2003). Ayrıca gönüllülük projelerine katılan çalışanların şirketlerini potansiyel çalışanlara tavsiye etme ihtimali de yükselmektedir. (Tuffrey, 2003). Bazı araştırmalar gönüllülük faaliyetlerinin çalışanlarda stresin azalması kendine güven ve hayatta denge hissinin artması gibi kişisel faydalar sağladığını da ortaya koymaktadır(Pancer, Baetz & Rog, 2002)

Zappala ve McLaren (2003) çalışanların kurumsal gönüllülük programlarına katılma motivasyonlarını anlamak için (Clary ve Snyder 1991 tarafından geliştirilen VFI (Gönüllü Fonksiyon Envanteri)'yi kurumsal gönüllülüğe uyarlayarak bir analiz gerçekleştirmiştir. Bu analizde Korumacı fonksiyonu kaldırılarak yerine Zoraki fonksiyonu getirilmiştir (Zappala & McLaren, 2004, s. 46). Bu fonksiyon çalışanların gönüllülük programına zorunluluktan katıldığını ifade etmektedir. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre bir fark yaratma ve topluma katkı sağlama arzusu yani

Değerler motivasyonu ile toplumsal olaylara karşı farkındalık ve anlayış kazanma yani Anlayış motivasyonu çalışanlarda gönüllülüğe sebep olan temel motivasyonlar olarak öne çıkmaktadır. Kişisel sebeplerle katılım da bir diğer önemli faktör olarak görünmektedir. Son olarak bu araştırmaya göre çalışanlar bir miktar baskı yahut zorunluluk da motivasyon sebebi olabilmektedir (Zappala & McLaren, 2004, s. 49).

Lee ve Higgins(2001) tarafından Yeni Zelanda’da yapılan benzer bir araştırma da gönüllülerin en temel motivasyonunun topluma kişisel katkı sağlamak; toplumsal konularda anlayış ve farkındalık kazanmak olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra kişisel kazanımlar da ana faydalardan biri olarak öne çıkmaktadır (Lee & Higgins, 2001,).

3.5. KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK PROGRAMINA KARŞI OLAN YAKLAŞIMLAR

Kurumsal gönüllülüğün karşısında yer alan ve bu kavrama kuşku ile bakan bazı görüşler vardır. Gönüllülüğün temelinde yer alan iki koşulu tam anlamıyla yerine getirmediği için kurumsal gönüllülük kavramını geleneksel anlamda gönüllülüğe uygun olmadığı söylemektedir. Bu iki koşuldan ilki yapılan çalışmaların tamamen gönüllülük esasıyla hayata geçmesi ikincisi de gönüllülerin bu çalışmaları karşılığında herhangi bir ücret almamalarıdır. Genelde kurumsal gönüllülüğü KSS politikalarının bir parçası olarak hayata geçiren şirketler çalışanlarına gönüllülük programına katılmayı zorunlu tutmaktadır. Bunun yanı sıra çalışanlar gönüllülüğe ayırdıkları zamanda maaşlarını almaya devam etmeleri bu çalışmaların ne kadar gönüllülük olduğuna dair soru işareti yaratmaktadır (Quirk, 1998).

Kurumsal gönüllülük programlarından beraber çalışan STK’ın ne kadar faydalanabildiği de tartışmalı bir konudur. 2004 yılında Amerika’da yapılan bir araştırmaya göre, STK çalışanları kurumsal gönüllülerin çeşitli faydalar sağladığına katıldıklarını, fakat bazı kurumsal gönüllülük programlarının toplumdaki gönüllü ihtiyacını etkili bir şekilde karşılamakta başarısız olduğunu düşünmektedir (LBG

Associates, 2004). STK'ların bu programlarda karşılaştığı temel güçlükler aşağıdaki gibi belirtilmiştir:

- Şirketler çoğu zaman gönüllülerin katkıları ve bu katkıların sonuçlarının ne kadar zaman sonra alınabileceği konusunda gerçekçi olmayan beklentilere sahiptir.
- Şirketler genellikle planlama ve organizasyon aşamasında STK'ların kaynak kısıtlarını anlamakta başarısız olmaktadır.
- Şirketler gönüllülerin aslında ihtiyaç duyulmayan fikir veya projeler hayata geçirmeleri konusunda kurumlara baskı yapabilmektedir.
- Çalışanlar çoğunlukla onlara en fazla ihtiyaç duyulan zamanlarda müsait olmamaktadır.
- Bazı şirketler projenin ihtiyaçlarının karşılanmış olmasından çok çalışanların eğlenceli bir deneyim yaşamış olmasıyla ilgilenmektedirler. (LBG Associates, 2004).

3.6. TÜRKİYE'DE KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK UYGULAMALARI

Kurumsal gönüllülük programları Türkiye'de de son yıllarda özel sektör tarafından sıkça uygulanmaya başlayan bir kurumsal sosyal sorumluluk uygulamasıdır. Bu programların hayata geçirilmesinde ve uygulanmasında STK ve özel sektör işbirlikleri gittikçe artmaktadır. Türkiye'de şirketler tarafından hayata geçirilen kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin takip edilmesi amacıyla Mart 2006'da hayata geçen www.kurumsalsosyal.com web sitesinde 2009 yılında yer alan 202 projenin 20 tanesinin çalışan gönüllülüğü içerdiği raporlanmıştır. Site yöneticileri tarafından herhangi bir filtreleme yapılmadan ücretsiz olarak web sitesinde yer alan bu projelere göre her 10 projeden bir tanesinin çalışan gönüllülüğü içeriğini söylemektedir. Bu oran oldukça düşüktür (Gül, 2009). Aradan geçen 10 yıl göz önüne alındığında, Kasım 2017'de gerçekleşen Adım Adım maraton koşusuna katılarak bir STK yararına koşan

kurum sayısının 520'ye yükselmiş olması kurumların gönüllülük projelerine katılımlarını arttırdığını göstermektedir.

Özel Sektör Gönüllüleri Derneği (ÖSGD) *özel sektörün insan kaynağını ve uzmanlığını değerlendirerek gönüllülük yoluyla sivil topluma katkıda bulunmak* misyonuyla 2002 yılında kurulmuştur. Derneğin amacı şirketler için Kurumsal Gönüllülük Programları geliştirilmesi, çalışanların gönüllü olarak bilgi ve deneyimlerini paylaşabilecekleri projelerin kurgulanması, kurumsal gönüllülüğün teşvik edilmesidir (OSGD , 2017). ÖSGD çalışan gönüllüğünü yaygınlaştırmak, iyi örneklerin paylaşılmasını sağlamak için 2007 yılında Gönülden Ödüller Yarışması düzenlemeye başlamıştır. Bu yarışmada En Başarılı Gönüllülük Programı En Başarılı Gönüllülük Projesi ve En Yaratıcı Gönüllülük Projesi olarak üç kategoride ödüller verilmektedir. 2007 yılından beri ödül kazanan projeler aşağıdaki gibidir:

Tablo 6.3.1. Özel Sektör Gönüllüler Derneği (ÖSGD) Kurumsal Gönüllülük Ödülleri: Gönülden Ödüller

Özel Sektör Gönüllüler Derneği (ÖSGD) Kurumsal Gönüllülük Ödülleri: Gönülden Ödüller				
	En Başarılı Gönüllülük Programı	En Başarılı Gönüllülük Projesi	En Yaratıcı Gönüllülük Projesi	Özel Ödüller
2007	Boyner Holding	HSBC Gönüllüleri Kardeş Okullar Projesi	Koç Holding-Ülkem İçin Günü Projesi	-
2008	Citibank Citi Gönüllülük Programı	Olmuxsa International Paper Kağıdı Yaşatılım	BOYNER HOLDİNG “Gel Sen de Uğurböceği Ol!”Haftası Haydi Gel, Sen de Uğurböceği Ol!	PERYÖN ÖZEL ÖDÜLÜ Bilim İlaç Toplum Takımı
2009	Bilim İlaç: Bilim İlaç Toplum Takımı	-	-	-

2010	-	Kurumsal Hizmet Gücü (KHG) - IBM	E-waste Projesi - Enerjisa	-
2011	Koç Holding – Ülkem İçin	Garanti Bankası – Elim Sende	Bilim İlaç - Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri “Kariyerimin Kontrolü Bende” Kişisel Gelişim Kongresi	-
2012	VİKO Aydınlık Toplum Gönüllüleri	FİBA Grubu Fiba Gönüllüleri: "Kırsalda Umut Var" Projesi	Ford Otomotiv, Arka Pencere	-
2013	-	Peugeot ile Engelsiz Yaşam	KadıköyŞifa Sağlık Grubu - Okumak Görmektir Projesi	-
2014	-	Anadolu Isuzu – Bir Adımda Bambaşka Bir Dünya	-	-
2015	Borusan Otomotiv - Okyanus Platformu	Akbank - Ekonominin Kahramanı Çocuklar Projesi	Borusan Otomotiv Grubu - Buradayız! Görme Engelli Çocuklar ile Yaratıcı Drama	Jüri Özel Ödülü – Örnek Gönüllülük Deneyimi Anadolu Isuzu Otomotiv - Çocuklarla Elele Milli Bayramlar
2016	Sabancı Holding – Sabancı Gönüllüleri	‘Boyner Grup – Bir Avuç Umut Projesi’	Limak Şirketler Grubu – Türkiye’nin Mühendis Kızları Projesi	Gönüllülük Programı Teşvik Ödülü ‘Shell Türkiye – Shell Türkiye Gönüllüleri Programı

Kaynak: <http://www.gonuldenoduller.org/#>

Türkiye’de çalışan gönüllülüğünü teşvik için gerçekleşen bir diğer etkinlik 2012’de gerçekleşen Give and Gain Day olmuştur. 2012 yılında 28 ülkede 435 şirket 20.000 kurumsal gönüllü katılımıyla gerçekleşen ilk etkinliğe Türkiye’den de 10 şirketten 861 gönüllü katılmıştır. Özel Sektör Gönüllüleri Derneği ve Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği ortaklığında 4-11 Mayıs 2013 tarihleri arasında ikinci defa düzenlenen Give&Gain Çalışan Gönüllülüğü haftasında ise 1.696 gönüllü tarafından 12.280 kişiye ulaşılmıştır. 8-14 Mayıs tarihleri arasında kutlanan Çalışan Gönüllülüğü Haftası 2012 yılından beri Türkiye’de gerçekleştirilmeye devam etmektedir.

Türkiye’de çeşitli kurumlar tarafından hayata geçirilen ve çalışanların gönüllü olarak yer aldığı iyi örnek projelere aşağıda yer verilmiştir.

3.7. TÜRKİYE’DE ÖNE ÇIKAN KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK PROGRAMLARI

3.7.1. Viko

Viko 1998 yılından bu yana sosyal sorumluluk projelerinin tamamını çalışanlarından oluşan Aydınlık Toplum Gönüllüleri adındaki ekibi ile birlikte sürdürmektedir (Panasonic, 2017). VİKO İnsan Kaynakları Direktörü Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kurul Başkanı Gülay Selki tarafından yapılan bir sunumda 2012 yılında gerçekleşen gönüllülük çalışmalarına çalışanların %66’sının katıldığı bilgisi paylaşılmıştır (Selki, 2017).

3.7.2. Boyner Holding

Boyner Grubu Gönüllüleri, Boyner Grubu Şirketleri çalışanlarının birçok sosyal projeyi geliştirip uyguladıkları gönüllülük programıdır (Bozok, 2011). 2003 yılında kurulan Boyner Grup Gönüllüleri, 2007’de gruptaki diğer şirketlerin de katılımıyla Boyner Grup’ta artık yerleşmiş bir topluluk haline gelmiştir. Boyner Grup Gönüllüleri, grup şirketlerindeki çalışanların %20’sini kapsamaktadır (Boyner Grup, 2017). Boyner

Grup tarafından 2009 yılında hayata geçirilen “NAR TANELERİ: Güçlü Genç Kadınlar Mutlu Yarınlar” sosyal sorumluluk projesi 2011 yılında Çalışanların Gönüllülüğü Avrupa Ödülleri’nde İYİ ÖRNEK derecesi almıştır (Boyner Grup, 2017).

Boyner Holding ve Grup Şirketleri'nin sosyal sorumluluk projesi olan NAR TANELERİ, 2009-2013 yılları arasında Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve Boyner Holding ve Grup Şirketleri'nin önderliğinde, Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (UNFPA), Türkiye Personel Yönetimi Derneği (PERYÖN) ortaklığında yürütülmüştür. Proje kapsamında Boyner Grubu Gönüllüleri tarafından planlanan ve uygulanan sosyal içerme etkinliklerinde görev alan 223 kişi 1509 saat gönüllülük yapmıştır (Boyner Grup, 2017).

3.7.3. Bilim İlaç

Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri 2005 yılında sosyal sorumluluk yaklaşımını kurum kültürünün bir parçası haline getirmek üzere oluşturmuştur. Bilim İlaç web sitesinde yer alan metinde çalışanların %55'inin aktif gönüllülük faaliyetleri gerçekleştirdiği ve çalışanlara gönüllülük yapmaları için haftada “2 Turuncu Saat” verildiği ve toplamda 26.614 turuncu saat gönüllülük yapıldığı ifade edilmiştir. Web sitesinde ayrıca gönüllülük yapan çalışanların gönüllülük projeleri ile kazandıkları becerileri iş başarısına ve yetkinlik gelişimine dönüştüğü, sosyal sorumluluk bilinci yüksek çalışanların işe alım sisteminde, kariyer kriterlerinde ve eğitim uygulamalarında bir adım öne geçtiği vurgulanmıştır (Bilim İlaç, 2017).

3.7.4. Koç Holding

Koç Holding hayata geçirdiği Kurumsal Sosyal Sorumluluk projelerini 2006 yılında Ülkem İçin çatısı altında toplamıştır. “Ülkem İçin”, 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 amaçlayan bir çatı projedir. Bu proje ile amaçlanan, Koç Topluluğu

alışan ve bayilerinin ülkedeki ve toplumdaki sorunlara karşı katılımcı ve sahiplenici bir tavır benimsemeleri ve sorunların çözümünde etkin rol almalarıdır. "lkem İçin" projesi kapsamında Mayıs ayının son pazar gününü "lkem İçin" günü ilan eden Koç Holding, tüm çalışanları ve bayileri ile birlikte bulundukları illerde çok çeşitli sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirmekte (Koç Holding, 2017). Proje kapsamında 2006 yılından bu yana yürütülen projelerden bir tanesi mesleki-teknik eğitimin önemi konusunda toplumun her kesiminde farkındalık yaratmayı hedefleyen Meslek Lisesi Memleket Meselesi (MLMM) Projesi'dir (Koç Holding, 2017).

Proje kapsamında geliştirilerek 350 çalışanın gönüllü desteği ile uygulanan "Meslek Lisesi Koçları Programı" 2012 yılında zel Sektör Gönüllüleri Derneği öncülüğünde iş dünyasındaki diğer şirketlerin de katılımına açılmıştır (Koç Holding, 2017).

3.7.5. Sabancı Holding

Sabancı Topluluğunda alışan 60 bin kişiye sivil toplum gönüllüsü haline getirmeyi amaçlayan Sabancı Gönüllüleri projesi 2015 yılında hayata geçmiştir. Tüm Sabancı Topluluğu'nu kapsayan bir sosyal sorumluluk programı olan Sabancı Gönüllüleri projesinde 2015 yılında Türkiye genelindeki Sabancı çalışanlarından meydana gelen yaklaşık 500 ekip liderine; sivil toplum, gönüllülerle çalışma ve proje yönetim süreçleri gibi önemli noktaları içeren çok yönlü eğitimler verilmiştir. Söz konusu ekip liderleri kendi ekiplerini oluşturarak projelerini hayata geçirmeye başlamıştır. "Sabancı Gönüllüleri" kapsamında ilk üç yıl 'kadın' konusunda çalışılacak; sonraki yıllarda "gençler" ve "engelliler" mevcut projelere eklenecektir (Sabancı Holding, 2017).

3.7.6. Borusan Holding

2008'de Borusan alışanlarının bilgi ve becerilerini eğitim, kültür-sanat, evre ve insan hakları alanlarındaki toplumsal sosyal sorumluluk projelerinde gönüllülük yaklaşımıyla değerlendirerek fayda sağlamak ve Grup şirketlerinde gerçekleştirilen sosyal sorumluluk uygulamalarının sistematik ve sürdürülebilir olmasını sağlamak amacıyla Okyanus Gönüllüleri Borusanlılar Platformu oluşturulmuştur (Borusan

Grubu, 2017). Okyanus Gönüllü Borusanlılar Platformu etkinlikleri arasında çeşitli sivil toplum kuruluşları ile ortak projeler gerçekleştirmek, kan bağışı, kitap toplama kampanyası, kıyı ve deniz temizleme çalışmaları, görme engellilere kitap okuma projesi, mentorluk, okul dostu programı gibi birçok gönüllülük projeleri yer alıyor (Borusan, 2017).

3.7.7. IBM

IBM, Toplum için Gönüllülük Programını ile çalışanlarına ve emeklilerine istedikleri sivil kuruluşuna destek sağlayabilmeleri için hibe, eğitim içeriği ve teknoloji araçları sağlamaktadır (IBM , 2017). IBM Türkiye Kurumsal Vatandaşlık Müdürü Ceyhan Göcenoğlu'nun paylaştığı bilgiye göre çalışan gönüllüğü ile kurumsal yardımseverliğin teşvik edilmesi ve sürdürülmesi amaçlanan program dâhilinde 27.000 saat gönüllülük yapılmış, 60 farklı eğitim paketi hazırlanmış ve 22 kurum ile ortak proje geliştirilmiştir.

Kurumsal gönüllülük yaklaşımı bir taraftan kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin yaygınlaşması, tüketicilerin talepleri ve çok uluslu şirketlerin iletişim ve yönetim stratejilerinin bir parçası olarak son 30 yılda işletmelerin gündemlerine girerken, diğer taraftan da AB ve BM gibi kurumlar tarafından sürdürülebilirlik, toplumsal refah programlarının bir parçası olarak destek görmektedir. Bu gelişmeler ışığında Türkiye’de de kurumsal gönüllülük programı hayata geçiren şirket sayısında artış gözlenmektedir. Yukarıda verilen örneklerde görüleceği gibi farklı şirketler çeşitli modellerde projeler hayata geçirmektedir. Bir sonraki bölümde şirketleri kapsamında hayata geçirilen gönüllülük programlarında yer alan çalışanlar ile dair yapılan araştırmaya ve sonuçlarına yer verilecektir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ÇALIŞTIKLARI ŞİRKETLERİN KURUMSAL GÖNÜLLÜLÜK PROGRAMINA KATILAN ÇALIŞANLARIN SİVİL TOPLUM ALGILARINDA GÖZLEMLenen DEĞİŞİKLİKLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Bu araştırma kurumsal gönüllülük programlarına katılan çalışanların bir profilini çıkarmayı ve çalıştıkları şirketlerin kurumsal gönüllülük programlarına katılan çalışanların sivil topluma yönelik algılarında nasıl bir değişiklik olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Türkiye’de bireylerin katıldığı gönüllülük faaliyetleri **Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları** bölümünde de incelendiği gibi diğer ülkelere kıyasla çok fazla değildir. Bireylerin gönüllülükle tanışması için en uygun ortamların üniversitelerden sonra çalıştıkları şirketler olduğu düşünülmektedir. Çalışanlarının gönüllü faaliyetlerde bulunmasını teşvik eden özel sektör şirketleri sayesinde daha önce gönüllülük yapmamış çalışanlar ilk defa bir projede gönüllülük yapma fırsatı bulmakta, daha önce gönüllülük yapmış olan çalışanlar da gönüllülüğe bir kurum çatısı altında devam etme imkânı elde etmekteLERdir. Bu araştırma ile kurumsal gönüllülük projelerine katılan çalışanların bir profilinin çıkarılması hedeflenmekte; çalışanların gönüllülük deneyimleri sonrasında sivil toplum ve STK’lara yönelik bilgi, tutum, destek ve algılarında ne gibi değişiklikler olduğuna dair verilerin ortaya koyulması amaçlanmaktadır.

4.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Türkiye’de şirketler kurumsal gönüllülük programlarına yakın zamanda ağırlık vermeye başlamış, özellikle holding bünyelerinde ve grup şirketlerinde, çok uluslu

şirketlerde bu tarz programlar hayata geçirilmeye başlamıştır. Fakat özel sektör çalışanlarının hangi motivasyonlarla ve beklentilerle hareket ettiğine, gönüllülük deneyiminin sivil toplum algısını nasıl etkilediğine dair bir veri bulunmamaktadır. Bu şekilde bir araştırmanın Türkiye’de çalışan gönüllülüğü üzerine gerçekleşen projelere olan etkisi, STK’ların kurumsal gönüllüleri değerlendirme şekli ve bu konudaki akademik yazına sağlayacağı katkı açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

Türkiye’de sivil toplum ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramı akademik yazında sıklıkla ele alınmaya başlamıştır. Buna rağmen kurumsal gönüllülük üzerine yapılmış çalışmalar oldukça kısıtlıdır. YÖK Tez Merkezi verilerine göre başlıkta kurumsal gönüllülük, gönüllülük, kurumsal sosyal sorumluluk ve KSS terimlerini kullanan tezler aşağıdaki gibidir.

- Tez adında **kurumsal sosyal sorumluluk veya KSS** terimi geçen 25 tanesi doktora 140 tanesi yüksek lisans tezi olmak üzere toplam 165 tez bulunmuştur.
- Tez adında **gönüllü**¹⁴ terimi geçen 4 tanesi doktora tezi 18 tanesi yüksek lisans tezi olmak üzere toplam 23 tez bulunmuştur.
- Tez adında **kurumsal gönüllülük** terimi geçen 1 tanesi doktora 1 tanesi yüksek lisans tezi bulunmuştur. Bulunan iki tezin başlığı aşağıdaki gibidir, ikisinde de konu kurum içi iletişim ve İK açısından ele alınmaktadır.

1) Kurumsal gönüllülük ve insan kaynakları yönetimi ilişkisi

2) Kurumsal sosyal sorumluluk uygulaması olarak kurumsal gönüllülüğün Türk özel sektöründe yapılanması ve kurum içi iletişim bağlantısı

Yukarıda da görüleceği gibi Türkiye’de şimdiye kadar yapılan araştırmalar kurumsal gönüllülüğü KSS’nin parçası olarak ele almış fakat kurumsal gönüllülüğe *sivil topluma katılım* perspektifinden yaklaşılmamıştır. Türkiye’de gönüllüler hakkında

¹⁴ Gönüllülük ve “... gönüllülüğü” kelimelerini içermesi açısından bu şekilde bir arama yapılmıştır.

gerçekleştirilen araştırmalar çok kısıtlı olduğu gibi özel sektör çalışanlarının motivasyonları hakkında neredeyse hiç araştırma bulunmamaktadır.

Aguinis ve Glavas (2012) yaptıkları meta-analizlerinde KSS odaklı çalışmaların sadece %4'ünün bireysel grup seviyesinde (ek %5'i de iki veya daha fazla grup için) analizinin yapıldığını vurgulamıştır. KSS çalışmalarının %90'ında çıktılar kurum veya şirket seviyesinde değerlendirilmektedir, dolayısıyla bireylerin davranışlarıyla ilgili bilgi eksiğinin temel sebebi kurum ve işletme seviyesindeki araştırmalara kıyasla bireysel seviyedeki araştırmaların azlığı olduğu sonucuna varmıştır. (Aguinis and Glavas'tan aktaran (Paula Caligiuri, 2013))

Yapılan bu araştırma sonucunda kurumsal gönüllülük projelerinde yer alan çalışanların bir profillerinin çıkarılması ve gönüllülük alışkanlıkları (tek bir projede yer alıp bırakıyor mu yoksa düzenli katılım gösteriyor mu?), STK'larla ilişkileri (KSS projelerine katıldıktan sonra STK'larla mı iletişime geçmiş yoksa daha önceden gönüllü olduğu için mi KSS projesinde yer almış? vb.) gibi konularda ortaya veri koyması amaçlanmaktadır.

4.3. ARAşTIRMANIN VARSAYIMI VE SINIRLILIKLARI

Araştırmanın varsayımları şu şekilde sıralanabilir:

1. Adım Adım kapsamında kurumsal takımda koşan çalışanların kurumsal gönüllü olduğu varsayılmıştır.
2. Araştırmada ulaşılan 148 çalışan gönüllünün üstünde bir tartışma yapılabilecek büyüklükte bir evreni yansıtacağı varsayılmıştır.
3. Ankete katılan gönüllülerin anket sorularına içtenlikle ve doğru olarak cevap verdikleri varsayılmıştır.

Araştırmanın sınırlılıkları ise şunlardır:

1. Ankete katılan çalışanların 2016 ve 2017 yıllarında gerçekleşen İstanbul Maratonlarında Adım Adım kapsamında kurumsal takımlarıyla koşmuş olmasıyla sınırlıdır.
2. Anketin paylaşıldığı en fazla kurumsal gönüllüsü olan veya en fazla bağış toplayan ilk 15 kurumsal şirketten dönüş yaparak formu dolduran çalışanlar ile sınırlıdır.
3. Algılarındaki değişikliklere dair elde edilen sonuçlar çalışanların hafızalarındaki sübjektif değişikliklerle sınırlıdır Araştırmada ölçümlenmesi hedeflenen konulardan biri de çalışanların gönüllülük deneyimi sonrasında sivil toplum algılarındaki değişikliklerdir. Fakat bu ölçümlemenin objektif bir şekilde yapılabilmesi için çalışanların gönüllülük öncesi algısı ile sonrasını kıyaslayacak ön test - son test uygulaması yapılmamıştır. Bu konudaki veri çalışanların hafızaları ve kendi algılarındaki değişikliklerle sınırlıdır.

4.4. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Bu bölümde yapılan araştırmanın modeli, evreni örnekleme, hipotezleri ve araştırmada kullanılan veri toplama tekniği ile bu verilerin değerlendirilmesinde kullanılan yöntemler açıklanmaktadır.

4.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de çalıştığı kurumun KSS projeleri kapsamında gönüllülük yapan çalışanların tamamı oluşturmaktadır. İş dünyasında kurumsal gönüllülük kavramının sınırları yeterince belirgin olmadığı için şirketler çalışanlarının katıldığı birçok farklı projeyi kurumsal gönüllülük kapsamında değerlendirmektedir. Bu sebepten dolayı şirketlerin farklı konularda, farklı sürelerde ve yoğunluklarda, farklı sayıda çalışanlarının katıldığı çeşitli projeleri bulunmaktadır. Bu farklı projeleri

aynı araştırmada kullanmak zor olacağı için Türkiye’de hayata geçirilen en geniş katılımlı kurumsal gönüllülük etkinliklerinden biri olan 39. İstanbul Maratonu’nda Adım Adım bağış koşusuna kurumsal takım olarak katılan şirket çalışanları örneklem olarak alınmıştır. 2008 yılında kurulan Adım Adım yardımseverlik koşusunu Türkiye’de tanıtmak ve yaygınlaştırmak amacıyla kurulan bir sivil toplum oluşumdur. Oluşum Kasım 2017’de gerçekleşen son koşuda 10,5 milyon TL bağış toplanmasını sağlamıştır, desteklenen STK’ların Türkiye’den topladıkları bireysel bağışın yaklaşık yüzde 30’unun bu koşudan toplandığı ifade edilmektedir. Bünyesinde bireysel koşucuların yanı sıra kurumsal takımlar da yer almaktadır. Kurumsal takım üyeleri bağış toplamanın yanı sıra seçtikleri sivil toplum örgütleri ile bir araya gelerek birlikte antrenman yapmakta ve farklı etkinlikler hayata geçirmektedir. 12 Kasım 2017’de gerçekleşen maratonda 300’den fazla kurum koşmuş, 2008’den beri toplam katılımcı kurum sayısı 491¹⁵ olmuştur. Açık açık platformunun web sitesinde yer alan kurumlar ve koşucu sayılarının listesinden yapılan analiz sonucu toplam kurumsal koşucu sayısı 8716 olarak belirlenmiştir¹⁶. Web sitesinde ayrıca en fazla koşusu olan kurumsal takımların listesi yer almaktadır. Araştırma kapsamında 38. ve 39. İstanbul Maratonu Adım Adım kurumsal yardımseverlik koşusuna en fazla gönüllü koşucusuyla katılan veya en fazla bağış toplayan şirketler belirlenerek örneklem oluşturulmuştur. Verilerin analizinde, nicel araştırma tekniklerinden anket yöntemi kullanılmıştır.

4.4.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Tekniği

Araştırma konusu belirlendikten sonra belirlenen hipotezler ve araştırma konusun doğrultusunda anket formu hazırlanmıştır. Hazırlanan form çevrimiçi bir platforma yüklenmiş, kullanıcıların en rahat şekilde doldurabilecekleri formata getirilmiştir.

¹⁵ <http://www.adimadim.org/adim/21/iylilikpesindekosansirketler.aspx>
<https://www.facebook.com/hareketegec/photos/a.150154558385510.35612.134860836581549/1568998376501114/?type=3&theater>

¹⁶ Websitesinde katılan kurumsal takımlarda koşan koşucu sayısı 11.631 olarak paylaşılmıştır. Kurumsal takımlar listesinde yer alan. STK’ların, Okul Aile birliklerinin Adım Adım gruplarının takımları göz ardı edilerek şirketleri ile koşan koşucu sayısı 8716 olarak belirlenmiştir.
<http://www.adimadim.org/adim/21/iylilikpesindekosansirketler.aspx>

Anket 5 kısım ve 41 sorudan oluşmaktadır. *İlk kısımda* katılımcılara yaş, cinsiyet eğitim durumu ile çalıştıkları kurumun adı sorulmuştur.

Anketin *ikinci bölümünde* katılımcıya gönüllülük deneyimleri ile ilgili bazı sorular sorulmuştur. Bu sorularda daha önce gönüllülük yapıp yapmadığı, yaptıysa ne zaman başladığı, desteklediği bir kurum varsa ne şekilde desteklediği gibi sorular sorularak gönüllülük ile ilişkisi değerlendirilmiştir.

Anketin *üçüncü kısmında* Adım Adım kapsamındaki gönüllülük tecrübesi ile ilgili sorular sorulmuş, ne şekilde tanıştığı, tekrar koşup koşmayacağı ile ilgili detaylar alınmıştır.

Anketin *dördüncü kısmında* bu gönüllülük deneyiminden sonra fikirlerinde değişiklik olup olmadığına dair sorular sorulmuştur. Sorularda daha önceden yapmadığı ama koşudan sonra yapmaya başladığı uygulamalar, farklı konularda değişen düşünceleri olup olmadığı sorgulanmıştır.

Beşinci ve son bölümde şirketinin kurumsal gönüllülük ile ilgili yaklaşımı, bu konuda bir politikasının olup olmadığı çalışanlarını destekleyip desteklemediğine dair sorular sorulmuştur. Anket hazırlandıktan sonra gönüllü olarak çalışmalarda bulunan 5 şirket çalışanı ile paylaşılmış, yorumları doğrultusunda anket içeriği düzenlenmiştir.

4.4.3. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi

Belirlenen şirketlerdeki kurumsal takımların sorumluları ile mail ve telefon yolu ile iletişime geçilerek çevrimiçi anket formları paylaşılmıştır. Anket formunun ekiplerle paylaşılması istenmiştir. Çalışanlarla hem şirketteki ilgili kişinin direkt iletişim bilgisi üzerinden hem de destekledikleri kurumlardan destek alınarak iletişime geçilmiştir. Kişilerin ankete katılımını arttırmak için kendi seçtikleri bir STK adına kişi başı 1 TL'lik bir destek yapacağı bilgisi paylaşılmıştır. Seçilen kurumdan 148 tanesi anketi doldurmuştur. Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS istatistik programı kullanılmış, analizlerde frekans ve çapraz tablo analizleri kullanılmıştır.

4.4.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H1: *Çalıştıkları kurumun KSS projelerinde yer alan bireylerin toplumsal konulara olan farkındalığı ve duyarlılığı artmıştır.* Icek Ajzen tarafından geliştirilen Planlı Davranış Teorisine göre belirli davranışlara yönelik tutumlar arzulanan davranışlarla doğru orantılıdır. Bu tutum kişinin belirli bir davranışı yapmaya ya da yapmamaya yönelik eğilimini ifade eder. Dolayısıyla kurumsal gönüllülük davranışı gerçekleştiren bir çalışanın bu davranışının temelinde konuya yönelik pozitif bir algısı olduğunu söylemek mümkündür (Roza, 2016). Bu hipotezde varsayıldığı üzere bu algının gerçekleştirilen KG projeleriyle artacağı düşünülmektedir.

H2: *Çalışanlar kurumsal gönüllülük sonrasında kişisel olarak bir ya da birden fazla STK'la iletişime geçerek gönüllü faaliyetlere devam etmişlerdir.* Kurumsal gönüllülerin motivasyonlarının değerlendirildiği ikinci bölümde bahsedildiği üzere çalışanlar için öne çıkan iki motivasyondan biri bir fark yaratma ve topluma katkı sağlama arzusu yani Değerler motivasyonu diğeri de toplumsal olaylara karşı farkındalık ve anlayış kazanma yani Anlayış motivasyonu temel motivasyonlar olarak öne çıkmaktadır. Bu temel motivasyonlara sahip bireylerin sadece kurumsal gönüllülük projelerine katılmakla kalmayacağı kişisel olarak da STK'lar ile iletişime geçerek faaliyetlerine devam edecekleri öngörülmüştür.

H3: *Çalışanlar tek bir projeye katılmakla kalmayıp düzenli olarak projelerde yer almaya başlamışlardır.* Sosyal paydaş teorisi kapsamında ele alındığında şirketlerin faaliyetlerinden etkilenen ve bu faaliyetler üzerinde etki sahibi tüm gruplara karşı sorumluluk taşımaktadır. Şirketlerin kısa süreli karlılık sağlamak yerine uzun süreli sürdürülebilir büyüme sağlayabilmesi için hayata geçirdikleri projelerin de uzun soluklu olması gerekmektedir. KSS kapsamında hayata geçirilen kurumsal gönüllülük projelerinin sürdürülebilir olması, çalışanların düzenli olarak katılım göstermesi bu

paydaş ilişkisinin geliştirilmesinde önemli kriterlerden bir tanesidir. Bu hipotezde çalışanların bu ilişkiyi sahiplenerek devamlılık sağlayacağı varsayılmaktadır.

H4: *Şirketler çalışanlarının sivil toplumla tanışması için kolaylaştırıcı rolü üstlenmektedir.* Çalışanların gönüllü olarak projelere katılabilmelerinin önkoşulu çalıştıkları kurumlarda bu aktivitelerin önemsenmesi ve desteklenmesidir. Gönüllülük davranışının özellikle Türkiye gibi nadiren gerçekleştiği durumlarda kurumların desteği büyük önem kazanmaktadır. Gönüllülük aktivitelerinin bir kurum çerçevesinde gerçekleştirilmesinin bir diğer faydası da çalışanların uygun gönüllülük fırsatlarını aramakla geçirdiği işlem maliyetini ortadan kaldırmasıdır (Roza, 2016). Bunun yanı sıra, çeşitli araştırmalarda bireylerin gönüllülük yapmak istediği fakat sorumluluklarından dolayı vakit bulamadıkları yönünde söylemleri bulunmaktadır (Bussell & Forbes, 2002). Şirketlerin iş saatleri içinde kurumsal gönüllülüğü teşvik etmesi zaman sıkıntısı yaşayan çalışanlar için oldukça destekleyici olmaktadır

4.5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUMLARI

Bu bölümde araştırma sonucunda analiz edilen verilerle ortaya çıkan bulgulara yer verilmiş ve bu bulgular yorumlanmıştır.

4.5.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamına alınan 149 katılımcı yaş, cinsiyet, iş tecrübesi, eğitim durumu gibi demografik özelliklere göre değerlendirilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen katılımcıların yaşlarına ilişkin bulgular Tablo 4.1.'de verilmektedir.

Tablo 7.4.1. Katılımcıların Yaşlarına İlişkin Bulgular

Yaş	Frekans	Yüzde
18-25	9	6,0
25-30	47	31,5

30-35	51	34,2
35-40	23	15,4
40-50	18	12,1
50-60	1	0,7
Toplam	149	100,0

Araştırmaya dâhil edilen katılımcıların %34,2'sinin 30-35 yaş grubunda, %31,5'inin 25-30 yaş grubunda olduğu bulunmuştur. 35-40 yaş grubunda olanlar ile 40-50 yaş grubunda olanların oranı birbirine yakındır (%15,4, %12,1). 18-25 yaş grubunda olanlar ile 50-60 yaş grubunda olanların oranlarının çok düşük olduğu gözlenmiştir (%6,0, %0,7).

Katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin bulgular Tablo 4.2.'de verilmiştir.

Tablo 8.4.2. Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Bulgular

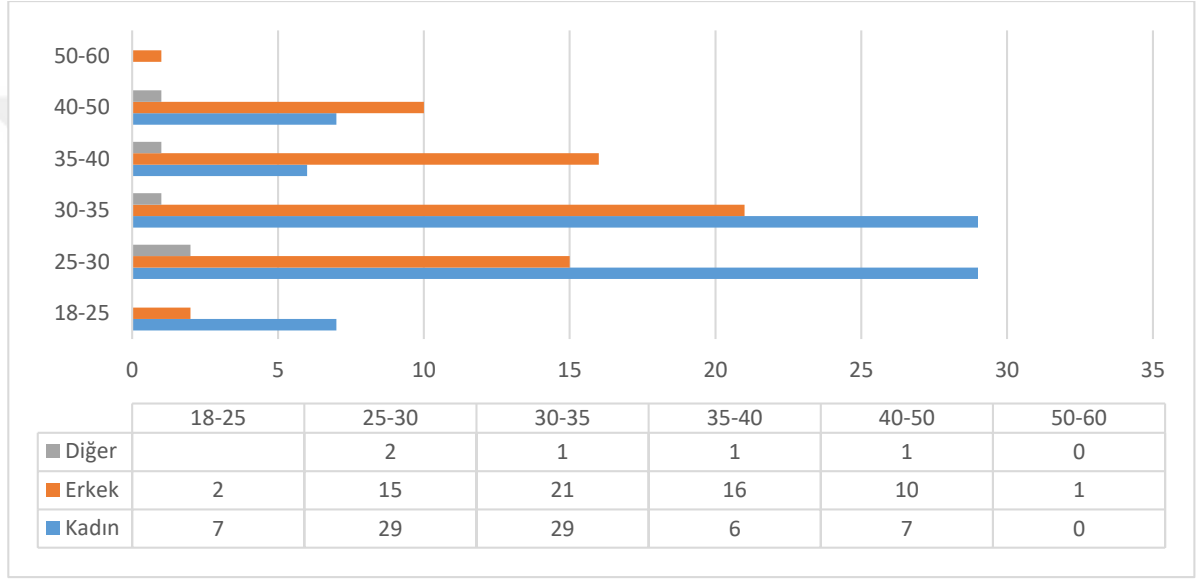
Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Erkek	65	43,0
Kadın	79	53,0
Diğer	5	0,4
Toplam	149	100,0

Araştırmaya dâhil edilen katılımcıların çoğunluğunu (%53,0) kadınlar oluşturmaktadır. Erkeklerin oranının ise (%43,0) olduğu gözlenmiştir. Araştırmaya katılanların %0,4'ü cinsiyet tercihi sorusunu boş bırakmıştır. Literatürde kadınların gönüllü olarak çalışma oranının daha yüksek olduğuna dair çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu anket sonuçları bunu doğrulasa da kadın erkek yüzdesi arasındaki fark oldukça düşüktür. Katılan kişilerin yaş dağılımına bakıldığında erkek katılımcıların yaş dağılımının kadınlara göre daha eşit olduğu, kadın katılımcıların 25-35 yaş aralığında yoğunlaştığı

dikkat çekmektedir. Araştırma kapsamında ele alınan gönüllülük şeklinin sportif bir faaliyet olmasının cinsiyet ve yaş dağılımında etkili bir sebep olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların yaşlarına göre cinsiyetlerine ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 1.4.1. Yaş Aralığına Göre Cinsiyet Dağılımına İlişkin Bulgular



Katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.3.'te verilmiştir.

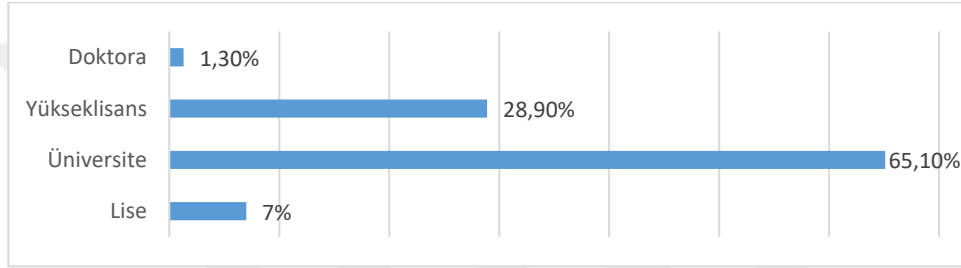
Tablo 9.4.3. Katılımcıların Eğitim Durumuna İlişkin Bulgular

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Lise	7	4,7
Üniversite	97	65,1
Yüksek Lisans	43	28,9
Doktora	2	1,3
Toplam	149	100,0

Araştırmaya dâhil edilen katılımcıların çoğunluğu (%65,1) üniversite mezundur. Bunu yüksek lisans mezunu olanlar (%28,9) izlemektedir. Lise mezunu olanların ve doktora mezunu olanların oranlarının oldukça düşük olduğu gözlenmiştir (%4,7, %1,3).

Katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 2.4.2. Eğitim Durumuna İlişkin Bulgular



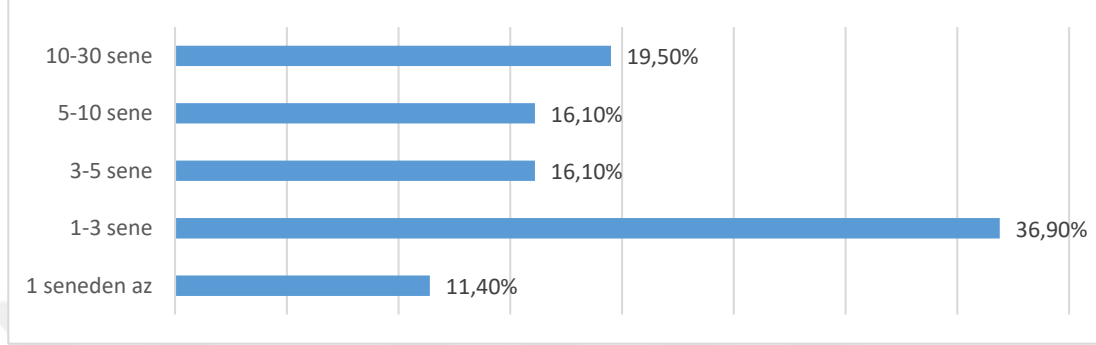
Katılımcıların ne kadar süredir aynı şirkette çalıştıklarına ilişkin bulgular Tablo 4.4.'te verilmiştir.

Tablo 10.4.4. Katılımcıların Ne Kadar Süredir Aynı Şirkette Çalıştıklarına İlişkin Bulgular

Çalışma Süresi	Frekans	Yüzde
1 seneden az	17	11,4
1-3 sene	55	36,9
3-5 sene	24	16,1
5-10 sene	24	16,1
10-30 sene	29	19,5
Toplam	149	100,0

Çalışanların %36,9'u 1-3 senedir, %19,5'i 10-30 senedir, %16,1'i 3-5 senedir, %16,1'i 5-10 senedir aynı şirkette çalışmaktadır. Çalışanların gönüllü olarak katılım göstermesi ile çalıştıkları sene arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Katılımcıların şirkette çalışma sürelerine ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 3.4.3. Aynı Şirkette Çalışma Süresine İlişkin Bulgular



4.5.2. Katılımcıların Gönüllülük İle İlişisine Yönelik Bulgular

Katılımcıların gönüllülük ile ilişkisini anlayabilmek için şimdiye kadarki gönüllü deneyimlerini anlamak üzere çeşitli sorular sorulmuştur.

4.5.2.1. Katılımcıların İlk Ne Zaman Gönüllü olduklarına dair bir analiz

Katılımcıların toplumsal bir etkisi olan projede ilk ne zaman gönüllü olduğuna ilişkin bulgular Tablo 4.5'te verilmiştir.

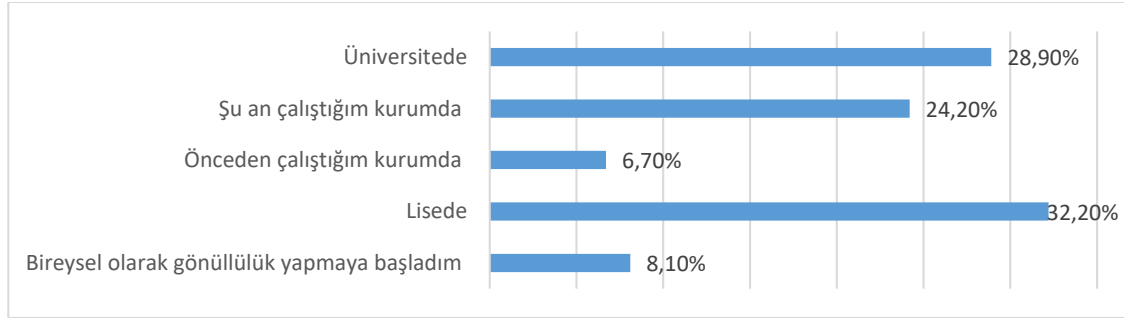
Tablo 11.4.5. Katılımcıların Toplumsal Bir Etkisi Olan Projede İlk Ne Zaman Gönüllü Olduğuna İlişkin Bulgular

Gönüllülük	Frekans	Yüzde
Bireysel olarak gönüllülük yapmaya başladım	12	8,1
Lisede	48	32,2
Önceden çalıştığım kurumda	10	6,7
Şu an çalıştığım kurumda	36	24,2
Üniversitede	43	28,9
Toplam	149	100,0

Araştırma kapsamına alınanların gönüllülükle ne zaman tanıştığına bakıldığında %32,2'si lisede, %28,9'u üniversitede, toplam %30,9'u da şimdi veya daha önce çalıştığı kurumda tanıştığını, %8,1'i de bireysel olarak gönüllülüğe başladığını belirtmiştir. Gönüllülük ile lisede tanıştığını söyleyen katılımcı sayısının çokluğu oldukça dikkat çekicidir. Bu sonuç Türkiye'de lise müfredatında gönüllülük üzerine bir ders yer almamasına rağmen en yüksek sayıda katılımcının lise çağında gönüllü olarak çeşitli faaliyetlere katıldığını göstermektedir. Aynı yanıtlarda gönüllülük ile okul veya çalıştığı kurum vasıtasıyla tanışan kişilerin toplam oranının %93,2 olduğu dikkat çekmektedir. Okul ve işyeri gibi kurumsal bir çatı altında gönüllülüğe başlayan katılımcıların oranı gönüllülük kavramı ile tanışmada kurumların önemini vurgulamaktadır.

Katılımcıların toplumsal bir etkisi olan projede ilk ne zaman gönüllü olduğuna ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 4.4.4. Katılımcıların İlk Ne Zaman Gönüllü Olduğuna İlişkin Bulgular



Birinci bölümde de bahsedildiği gibi Türkiye'de gönüllülük ve kurumsal gönüllülük ile ilgili istatistikler bu faaliyetlere katılan birey sayısının genel ülke nüfusuna kıyasla oldukça düşük olduğu göstermektedir. Anket katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine, mezun olduğu okul ve gönüllülükle ne zaman tanıştığına dair bulgulara bakıldığında bu sonuçların genel Türkiye ortalamasıyla kıyaslandığında benzer şekilde

kurumsal gönüllülük faaliyetlerine katılan çalışanların demografik özelliklerinin ülke ortalamasından farklı olduğu dikkat çekmektedir.

4.5.2.2. Katılımcıların Desteklediği Bir STK Olma Durumuna Dair Analiz

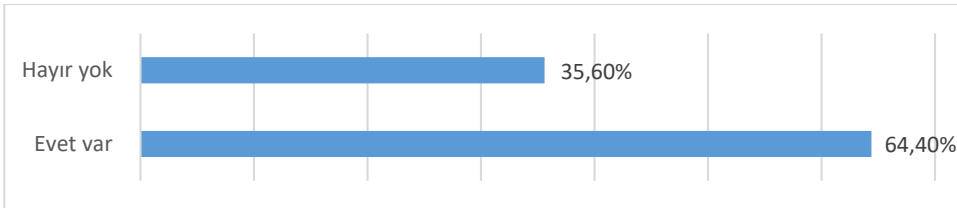
Araştırma kapsamına alınan katılımcılarına sivil toplum kuruluşları ile ilişkileri olup olmadığını anlayabilmek için kişisel olarak desteklediği bir STK olup olmadığı sorulmuştur. Desteklediği STK olma durumuna ilişkin bulgular Tablo 4.6’ da verilmiştir.

Tablo 12.4.6. Katılımcıların Desteklediği Bir STK Olma Durumuna İlişkin Bulgular

Desteklenen STK	Frekans	Yüzde
Evet var	96	64,4
Hayır yok	53	35,6
Toplam	149	100,0

Araştırmada yer alan katılımcıların %64,4’ü desteklediği bir STK olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların desteklediği bir STK olma durumuna ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 5.4.5. Katılımcıların Desteklediği Bir STK Olma Durumuna İlişkin Bulgular



4.5.2.3. Katılımcıların STK’ları Ne Şekilde Desteklediğine Dair Analiz

Bir önceki soruya desteklediği bir STK olduğunu söyleyerek olumlu yanıt veren katılımcılara ne şekilde destek verdiklerini anlayabilmek için ne şekilde desteklediğine

dair soru sorulmuştur. Katılımcıların desteklediği STK'yı ne şekilde desteklediğine ilişkin bulgular Tablo 4.7.'de verilmiştir.

Tablo 13.4.7. Katılımcıların Desteklediği STK'yı Ne Şekilde Desteklediğine İlişkin Bulgular

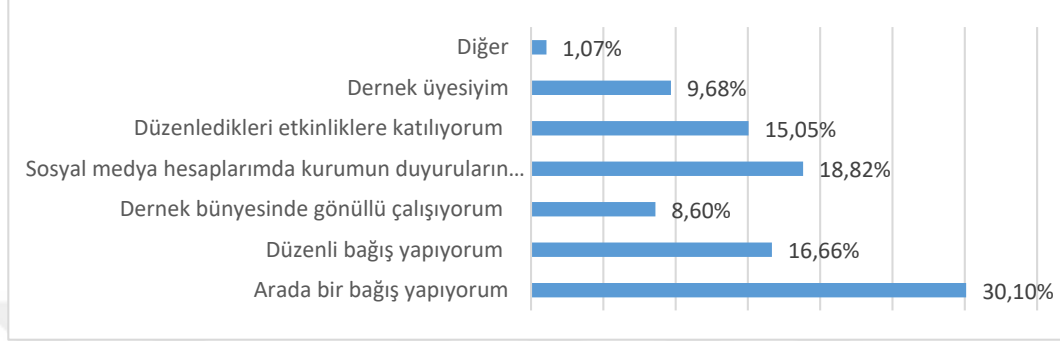
Desteklenen STK'ya Nasıl Destek Verildiği	Frekans	Yüzde
Arada bir bağış yapıyorum	56	30,10
Düzenli bağış yapıyorum	31	16,66
Dernek bünyesinde gönüllü çalışıyorum	16	8,60
Sosyal medya hesaplarımda kurumun duyuruların paylaşıyorum	35	18,82
Düzenledikleri etkinliklere katılıyorum	28	15,05
Dernek üyesiyim	18	9,68
Diğer	2	1,07
Toplam	186*	100,0

* Toplam yanıt sayısına göre değerlendirilmiştir

Desteklediği bir sivil toplum kuruluşu olduğunu belirtenlerin kuruluşu ne şekilde desteklediği sorulduğunda dernek bünyesinde gönüllü olarak çalıştığını söyleyenlerin oranı %8,60'ta kalmıştır. Bu oran kurumun desteği olmadan STK'larda gönüllülük yapan sayısının oldukça düşük olduğunu göstermektedir. STK'ları bağış yaparak ve sosyal medya hesapları üzerinden kurumun duyurularını paylaşarak desteklemeyi tercih eden katılımcıların oranı en yüksek çıkmıştır.

Katılımcıların desteklediği STK'yı ne şekilde desteklediğine ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 6.4.6. Katılımcıların Desteklediği STK'yı Ne Şekilde Desteklediğine İlişkin Bulgular



4.5.2.4. Katılımcıların Sivil Toplum Farkındalığındaki Değişikliğe Dair Analiz

Anketin bir sonraki kısmında katılımcıların gönüllü olarak yer aldıkları koşu sonrasında algılarında ne şekilde değişiklikler olduğunun ve davranışlarına nasıl yansıdığının ölçülmesi hedeflenmiştir. Bunu ölçmek için katılımcılara gönüllü olarak katıldıkları koşu sonrasında gönüllülük ve sivil toplum ile ilgili konularda farkındalıklarındaki ve davranışlarındaki değişikliklere yönelik sorular sorulmuştur. İlk kısımdaki değişiklikleri ölçmek için “Daha duyarlı olduğumu düşünüyorum, STK’ların çalışmalarına yönelik ilgim arttı, STK’ların çalıştığı konuları takip etmeye başladım, etrafımdaki insanlara STK’ların çalışmaları ile ilgili bilgilendirmeye başladım.” gibi kişinin algısına yönelik sorular hazırlanmıştır. İkinci kısımdaki davranışları ölçmek için “STK’ya üye oldum, bağış yapmaya başladım, bir STK’da gönüllü olarak çalışmaya başladım” gibi sorular hazırlanmıştır.

Gönüllü faaliyete katılan katılımcıların bir kısmının bu konuda zaten bir farkındalığa sahip olduğunu ifade edeceği öngörülmüştür. Bunun dışındaki kitlenin algısında ve davranışlarında olumlu yönde bir değişim olacağı bu araştırmanın hipotezleri arasındadır. Katılımcıların Adım Adım kapsamında hayata geçirdikleri gönüllülük deneyiminden sonra algılarının ne şekilde değiştiğine dair tablo aşağıdaki gibidir.

Tablo 14.4.8. Katılımcıların Gönüllü Olarak Katıldığı Koşu Sonrası Gözlenen Algı Değişikliğine İlişkin Bulgular

Etrafımdaki insanları bağış topladığım STK ve konu ile ilgili bilgilendirmeye başladım	Evet	F	90
		%	60,4
	Hayır	F	14
		%	9,4
	Zaten Yapıyordum	F	45
		%	30,2
Bağış topladığım STK'nın çalıştığı konuları takip etmeye başladım	Evet	F	85
		%	57,0
	Hayır	F	26
		%	17,4
	Zaten Yapıyordum	F	38
		%	25,5
STK'ların çalışmalarına karşı ilgim arttı	Evet	F	76
		%	51,0
	Hayır	F	12
		%	8,1
	Zaten Yapıyordum	F	61
		%	40,9
Toplumsal konulara karşı daha duyarlı olduğumu düşünüyorum	Evet	F	52
		%	34,9
	Hayır	F	2
		%	1,3
	Zaten Yapıyordum	F	95
		%	63,8

F: Frekans %: Yüzde

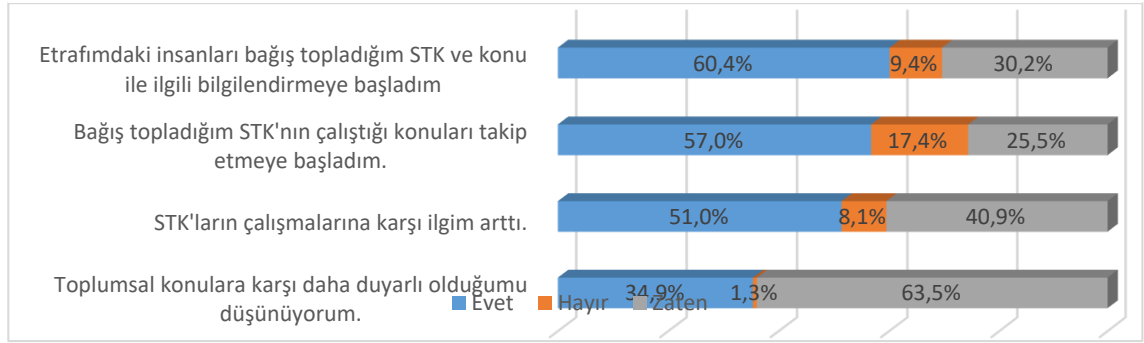
Katılımcıların %63,8'i toplumsal konulara zaten duyarlı olduğunu ifade ederken %34,9'u da katıldıkları aktiviteden sonra daha duyarlı olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların %60,4'ü gönüllü olarak yer aldığı koşu sonrasında etrafındaki insanları bağış topladığı STK ve konu ile ilgili bilgilendirmeye başladığını, %30,2'si zaten bilgilendirdiğini ifade etmiştir. Katılımcıların %57,0'si koşudan sonra bağış topladığı STK'nın çalıştığı konuları takip etmeye başladığını belirtirken %25,5'i zaten STK'yı takip ettiğini vurgulamıştır; %51,0'i STK'ların çalışmalarına karşı ilgisinin arttığını

%40,9'u zaten ilgisi olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla kurumsal gönüllülük programlarına katılım sonrasında katılımcıların algısında olumlu yönde bir değişiklik olacağı hipotezi doğrulanmıştır.

Katılımcıların gönüllülük deneyiminden sonra algılarının ne şekilde değiştiğine dair grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 7.4.7. Katılımcıların Gönüllü Olarak Katıldığı Koşu Sonrası Gözlenen Algı Değişikliğine İlişkin Bulgular



4.5.2.5. Katılımcıların STK'lara Yönelik Davranışlarındaki Değişikliğe Dair Analiz

Katılımcıların bu konuda davranışlarında bakıldığında sivil toplum farkındalığındaki olumlu değişikliğe benzer bir değişikliğin gözlenmediği dikkat çekmektedir. Farkındalığının arttığını belirten katılımcıların çokluğuna rağmen bunu davranış seviyesinde sergileyenlerin oranı daha düşük kalmıştır.

Katılımcıların gönüllü olarak katıldığı koşu sonrasında gözlenen davranışlara ilişkin bulgular Tablo 4.9'da verilmiştir.

Tablo 15.4.9. Katılımcıların Gönüllü Olarak Katıldığı Koşu Sonrasında Gözlenen Davranışlara İlişkin Bulgular

Bir STK'ya üye oldum	Evet	F	11
		%	7,4
	Hayır	F	103
		%	69,1
	Zaten Yapıyordum	F	35
		%	23,5
Bir veya daha fazla STK'ya bağış yapmaya başladım	Evet	F	43
		%	28,9
	Hayır	F	46
		%	30,9
	Zaten Yapıyordum	F	60
		%	40,3
Bir STK'da gönüllü olarak çalışmaya başladım	Evet	F	6
		%	4,0
	Hayır	F	118
		%	79,2
	Zaten Yapıyordum	F	25
		%	16,8

F: Frekans %: Yüzde

Koşu sonrasında bir STK'ya üye olduğunu söyleyen katılımcıların oranı %7,4, gönüllü olarak çalışmaya başladığını söyleyenlerin oranı %4,0 seviyesindeyken, %79'2si üye olmadığını %69,1'i de gönüllü olarak çalışmaya başlamadığı cevabını vermiştir. STK'lar ile ilişkide bağış yapma eğilimi burada da dikkat çekmektedir, katılımcıların %28,9'u bir veya daha fazla STK'ya bağış yapmaya başladığını, %40,3'ü de zaten bağış yaptığını ifade etmişken, bu ifadeye olumsuz yanıt verenlerin oranı %30,9'dur.

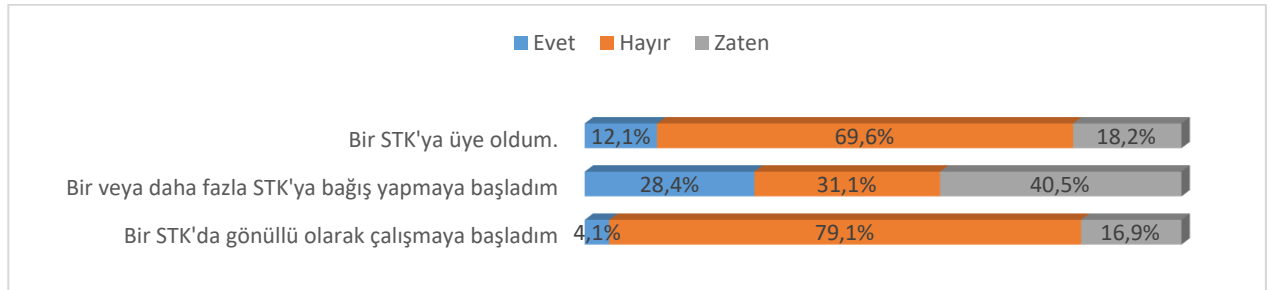
Katılımcıların koşu sonrasında bir dernekte gönüllülük veya dernek üyeliği konusunda davranışlarında çarpıcı bir değişiklik olmamasına rağmen çalıştıkları şirketin bir projesine dâhil olmak ve STK'dan bir davet gelmesi durumunda gönüllü olmak sorularına olumlu yanıt vermesi oldukça dikkat çekicidir. Çalıştıkları kurumun bağış

topladıkları STK ile ortak proje hayata geçirmesi durumunda vakit ayırıp gönüllü olacağını ifade edenlerin oranı %79,7; “Bilmiyorum” yanıtını verenlerin oranı %8,8, “Emin değilim” ve “Hayır” diyenlerin oranı sırasıyla %10,1 ve %0,7 olmuştur. Dolayısıyla araştırmanın ikinci hipotezi olan “Çalışanlar kişisel olarak bir ya da birden fazla STK ile iletişime geçerek gönüllü faaliyetlere devam etmişlerdir.” ifadesini doğrulayan bir sonuç elde edilememiştir.

Burada göz önünde tutulması gereken bir kısıt araştırmanın zamanlaması ile ilgili olduğu düşünülebilir. Katılımcıların yarısına yakını anketi İstanbul Maratonu koşusundan sonraki bir ay içinde doldurmuştur. Arada geçen kısa süre kişilerin bir dernek bünyesinde gönüllü çalışmaya veya üye olmaya karar vermesi için yetersiz bir süre olarak değerlendirilebilir.

Katılımcıların gönüllü olarak katıldığı koşu sonrasında gözlenen davranışlara ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 8.4.8. Katılımcıların Gönüllü Olarak Katıldığı Koşu Sonrasında Gözlenen Davranışlara İlişkin Bulgular



4.5.2.6. Katılımcıların Gönüllülük Önerisine Verdiği Yanıtlara Dair Analiz

Katılımcıların gönüllü olarak katılmaları için gerekli imkânlar yaratılırsa ne cevap verecekleri ölçülmek istenmiştir. Katılımcıların çeşitli projelerde gönüllü destek verme önerisine verdiği yanıtların dağılımına ilişkin bulgular Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 16.4.10. Katılımcıların Gönüllülük Önerisine Verdiği Yanıtların Dağılımına İlişkin Bulgular

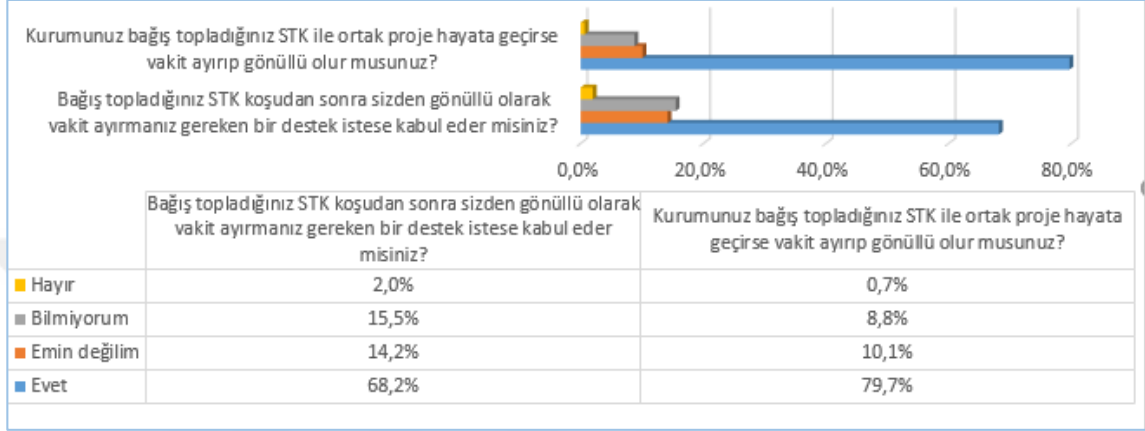
Bağış topladığınız STK koşudan sonra sizden gönüllü olarak vakit ayırmanız gereken bir destek istese kabul eder misiniz?	Evet	F	102
		%	68,2
	Hayır	F	3
		%	2,0
	Bilmiyorum	F	23
		%	15,5
Kurumunuz bağış topladığınız STK ile ortak proje hayata geçirirse vakit ayırıp gönüllü olurusunuz?	Evet	F	21
		%	14,2
	Hayır	F	119
		%	79,7
	Bilmiyorum	F	2
		%	0,7
	Emin Değilim	F	13
		%	8,8
	Emin Değilim	F	15
		%	10,1

F: Frekans %: Yüzde

Bağış topladıkları STK'nın gönüllü destek istemesi durumunda katılımcıların %68,2'i vakit ayırarak gönüllü olacağını ifade etmiş; emin değilim diyenlerin oranı %14,2'si ve bilmiyorum diyenlerin oranı %15,5 çıkmıştır. Buradan çalışanların gönüllülük yapmaya sıcak baktıkları ve devam etmek istedikleri sonucunu çıkarmak mümkündür, bu düşüncelerinin davranışa niçin dönüşmediği üzerine çalışılabilecek konulardan bir tanesidir. STK'ların gönüllülerle ne şekilde ilişki kurduğu, Adım Adım süresince kurulan ilişkiyi ne şekilde devam ettirdiği ve gönüllü yönetimi ile ilgili süreçleri sorgulanabilir.

Katılımcıların gönüllülük önerisine verdiği yanıtların dağılımına ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 9.4.9. Katılımcıların Gönüllülük Önerisine Verdiği Yanıtların Dağılımına İlişkin Bulgular



4.5.2.7. Katılımcıların gönüllü projelerde yer almaya devam etme eğilimi

Gönüllülüğün sürekliliği, katılımın uzun soluklu olması kurumların gönüllülük süreçlerinde önemli kriterlerden bir tanesidir. Bunu ölçmek için katılımcılara Adım Adım kapsamında yer aldığı gönüllü koşulara devam edip etmeyeceği sorulmuştur.

Araştırmaya dâhil edilen katılımcıların gönüllü projelerde yer almaya devam etme eğilimine ilişkin bulgular Tablo 4.11’de verilmiştir.

Tablo 17.4.11. Katılımcıların Gönüllü Projelerde Yer Almaya Devam Etme Eğilimine İlişkin Bulgular

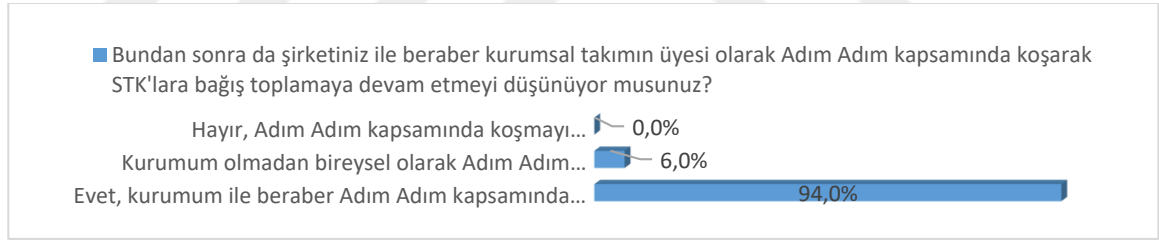
Bundan sonra da şirketiniz ile beraber kurumsal takımın üyesi olarak Adım Adım kapsamında koşarak STK'lara bağış toplamaya devam etmeyi düşünüyor musunuz?	Evet, kurumum ile beraber Adım Adım kapsamında koşmayı düşünüyorum	F	140
		%	94,0
	Hayır, Adım Adım kapsamında koşmayı düşünmüyorum	F	0
		%	0,0
	Kurumum olmadan bireysel olarak Adım Adım kapsamında koşmayı düşünüyorum	F	9
		%	6,0

F: Frekans %: Yüzde

Yukarıdaki tablodan görülebileceği üzere Adım Adım kapsamında gönüllülük koşusuna katılanların %6,0'sı ise bireysel olarak, %94,0'ü ise şirketiyle beraber olmak üzere tamamı Adım Adım kapsamında koşmaya devam etmeyi düşünmektedir. Bu sonuçlar araştırmanın üçüncü hipotezi olan “Çalışanlar tek bir projeye katılmakla kalmayıp düzenli olarak projelerde yer almaya başlamışlardır” varsayımını doğrulamaktadır.

Katılımcıların gönüllü projelerde yer almaya devam etme eğilimine ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 10.4.10. Katılımcıların Gönüllü Projelerde Yer Almaya Devam Etme Eğilimine İlişkin Bulgular



4.5.3. Şirketlerinin Gönüllülük Rolüne Katkılarına Yönelik Bulgular

Kurumsal gönüllülük programlarında yer alan çalışanlar için bu programlar sivil toplum ile tanımak için kolaylaştırıcı bir rol oynamaktadır. Araştırmanın ilk bölümünde paylaşıldığı gibi çalışanların %32,1'i gönüllülükle şimdiki veya daha önceden çalıştıkları kurumlarda tanışmıştır.

STK'ların desteklenmesinde kurumsal gönüllülüğün rolüne ilişkin bulgular Tablo 4.12'de verilmiştir.

Tablo 18.4.12. STK’ların Desteklenmesinde Kurumsal Gönüllülüğün Rolüne İlişkin Bulgular

Kurumunuzun bir STK’yı desteklemesinin sizin o STK’da gönüllü olmanızda etkisi olur mu?	Evet	F	86
		%	57,7
	Hayır	F	33
		%	22,1
	Bilmiyorum	F	14
		%	9,4
Şirketlerin gönüllülük programları sayesinde çalışanların STK’ları desteklemeleri ve sosyal projelere katılmaları kolaylaşıyor	Evet	F	142
		%	95,3
	Hayır	F	2
		%	1,3
	Bilmiyorum	F	2
		%	1,3
Şirketlerin kurumsal gönüllü ekiplerle verdiği destek, STK’lar açısından bireysel gönüllülüğten daha faydalıdır	Evet	F	111
		%	74,5
	Hayır	F	12
		%	8,1
	Bilmiyorum	F	11
		%	7,4
	Emin Değilim	F	15
		%	10,1

F: Frekans %: Yüzde

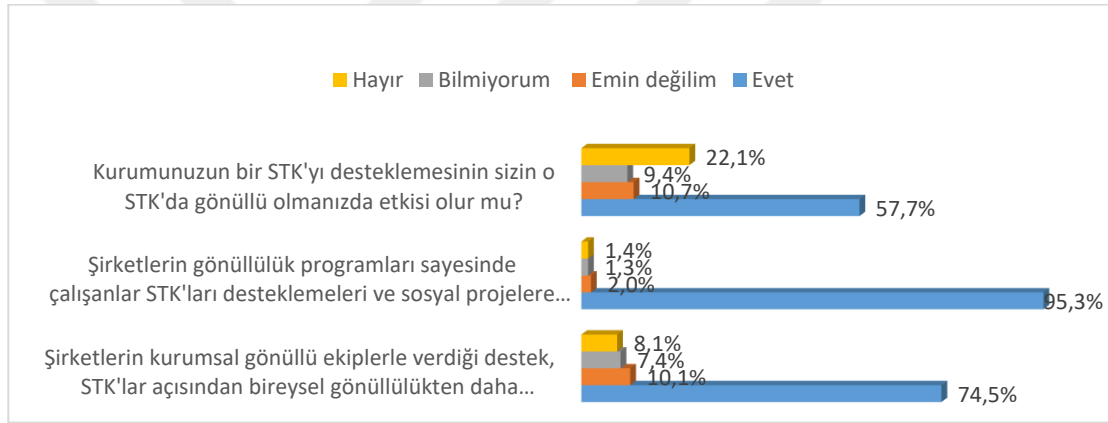
Katılımcıların bu konuda verdikleri yanıtlardan görüldüğü üzere şirket çalışanlarının % 95,3’ü şirketlerin gönüllülük programları sayesinde çalışanlar için STK’ları desteklemenin kolaylaştığını, düşünmektedir. Bilmiyorum, hayır ve emin değilim cevabını verenlerin yüzdesi sırasıyla %1,3; %1,3 ve %2,0 şeklinde olmuştur.

Şirketlerin kurumsal gönüllülük programı vasıtasıyla verdiği desteğin bireysel desteklerden daha faydalı olduğunu düşünenler %74,5 oranındadır. “Emin değilim” diyenlerin oranı %10,1, “Bilmiyorum” diyenlerin oranı %7,4 ve “Hayır” cevabını verenler de %8,1 oranındadır.

“Kurumunuzun bir STK'yı desteklemesinin sizin o STK'da gönüllü olmanızda etkisi olur mu?” sorusuna olumlu yanıt verenlerin oranı %57,7 olmuştur. “Hayır” cevabını verenlerin oranı %22,1, “Emin değilim” %10,7 ve “Bilmiyorum” yanıtını verenlerin oranı ise %9,4’tür.

STK’ların desteklenmesinde kurumsal gönüllülüğün rolüne ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 11.4.11. STK’ların Desteklenmesinde Kurumsal Gönüllülüğün Rolüne İlişkin Bulgular



Katılımcıların şirket dışında gönüllü olarak çeşitli faaliyetlerde yer alma durumlarına ilişkin bulgular Tablo 13’te yer almaktadır.

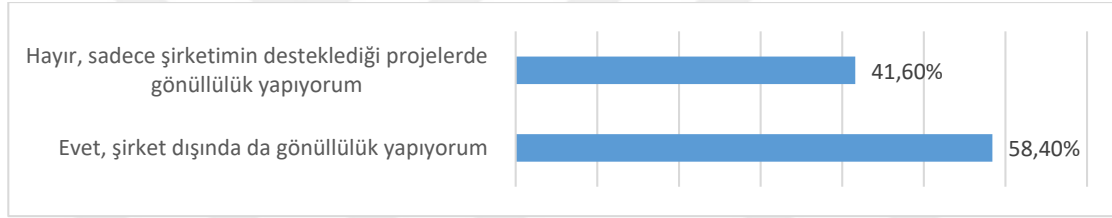
Tablo 19.4.13. Katılımcıların Şirket Dışında Gönüllü Olarak Çeşitli Faaliyetlerde Yer Alma Durumlarına İlişkin Bulgular

	Frekans	Yüzde
Evet, şirket dışında da gönüllülük yapıyorum	87	58,4
Hayır, sadece şirketimin desteklediği projelerde gönüllülük yapıyorum	62	41,6
Toplam	149	100,0

Katılımcılara sorulan sorulardan bir tanesi de şirket dışında da gönüllülük yapıp yapmadığı üzerinedir. Katılımcıların %41,6'sı sadece şirketinin desteklediği projelerde yer alacağını ifade etmiştir. Programa katılanların yarısından fazlası için şirketlerinin gerçekleştirdiği programlara gönüllülük yaptıkları söylenebilir.

Katılımcıların şirket dışında gönüllü olarak çeşitli faaliyetlerde yer alma durumlarına ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 12.4.12. Katılımcıların Şirket Dışında Gönüllü Olarak Çeşitli Faaliyetlerde Yer Alma Durumlarına İlişkin Bulgular



Anketin bu kısmında ortaya çıkan sonuçlar araştırmanın dördüncü hipotezi olan “Şirketler çalışanlarının sivil toplum örgütleriyle tanışması için kolaylaştırıcı rol üstlenmektedir.” ifadesini desteklemektedir.

4.6. HİPOTEZLENMEMİŞ SONUÇLAR

Kurumsal gönüllülük programları Türkiye’de şirketler için yeni bir çalışma alanı olduğu için bu konuda yapılan kısıtlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Gerçekleştirilen bu araştırmanın ele alınan hipotezlerin yanı sıra farklı konuda da sonuçlar ortaya koyması amaçlanmıştır.

4.6.1. Gönüllülüğün Mesleki İlerlemeye Etkisi

Gönüllülerin motivasyonlarına işlevselci yaklaşımla açıklayan Gönüllü Fonksiyon Envanteri’nin ele aldığı işlevlerden bir tanesi de Kariyer işlevidir. Kişinin gönüllülük yoluyla kariyer odaklı deneyim kazanma hedefini ölçümlemek için katılımcılara

gönüllü çalışmanın kariyerlerinde ilerlemelerinde bir fırsat sağlayacağını düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur. Çalışanların %45,3'ü bu soruya olumlu yanıt vermiş, %14,2'si "Emin değilim", %9,5'i de "Bilmiyorum" yanıtını vermiştir. "Hayır" yanıtını verenlerin oranı %31,1'de kalmıştır. Bu sonuçlar Lee ve Higgins (2001) tarafından yapılan araştırmadaki kişisel kazanımlarının gönüllülerin ana motivasyonlarından biri olarak öne çıktığı verisiyle de tutarlılık göstermektedir.

Katılımcıların yaşlarına göre gönüllülüğün mesleki ilerlemeye faydasına ilişkin bulgular Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 20.5. 14. Katılımcıların Yaşlarına Göre Gönüllülüğün Mesleki İlerlemeye Faydasına İlişkin Bulgular

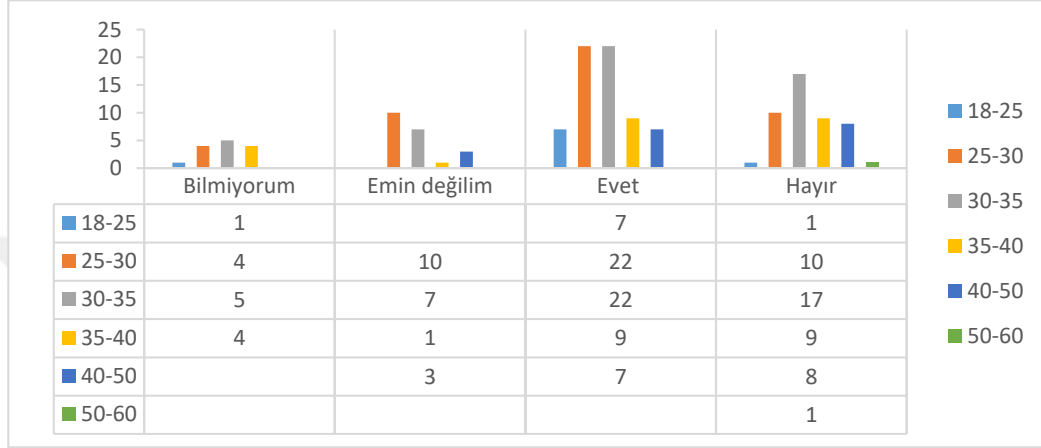
			Yaş					
			18-25	25-30	30-35	35-40	40-50	50-60
Mesleki İlerlemeye Faydası	Evet	F	7	22	22	9	7	0
		%	77,8	57,4	52,9	30,3	38,3	0,0
	Hayır	F	1	10	17	9	8	1
		%	11,1	8,5	17,4	30,3	44,0	100,0
	Bilmiyorum	F	1	4	5	4	0	0
		%	11,1	10,6	17,6	21,7	0,0	0,0
	Emin Değilim	F	0	10	7	1	3	0
		%	0,0	23,4	19,6	17,4	16,7	0,0

F: Frekans %: Yüzde

Önceki araştırmalar kurumların gönüllülük programlarını desteklemelerinin önemli bir sebebinin çalışanların topluma fayda sağlayan projeler yapan şirketlerde çalışmayı tercih etmeleri olduğunu göstermiştir. Özellikle 1980 sonrası doğan çalışanların iş tercihi yaparken şirketin fayda odaklı konulara olan ilgisinin önemli bir rol oynayacağına dair araştırmalar bulunmaktadır.

Katılımcıların yaşlarına göre gönüllülüğün mesleki ilerlemeye faydasına ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 13.4.13. Katılımcıların Yaşlarına Göre Gönüllüğün Mesleki İlerlemeye Faydasına İlişkin Bulgular



4.6.2. Gönüllü Programların Şirket Bağlılığına Etkisi

Çalışanlara şirketlerinin gönüllü programları olmasının şirket bağlılıklarını etkileyip etkilemeyeceği sorulmuştur. Katılımcıların yaşlarına göre gönüllü programların şirket bağlılığına etkisine ilişkin bulgular Tablo 5.15'te yer almaktadır.

Tablo 21.5.15. Katılımcıların Yaşlarına Göre Gönüllü Programların Şirket Bağlılığına Etkisine İlişkin Bulgular

			Yaş					
			18-25	25-30	30-35	35-40	40-50	50-60
Şirket Bağlılığına Etkisi	Evet	F	7	29	41	16	17	1
		%	6,2	26,8	36,6	14,3	15,2	0,9
	Hayır	F	0	6	3	2	0	0
		%	0,0	54,5	27,3	18,2	0,0	0,0
	Bilmiyorum	F	0	2	2	1	0	0
		%	0,0	40,0	40,0	20,0	0,0	0,0
	Emin Değilim	F	2	9	5	4	1	0
		%	9,5	42,9	23,8	19,0	4,8	0,0

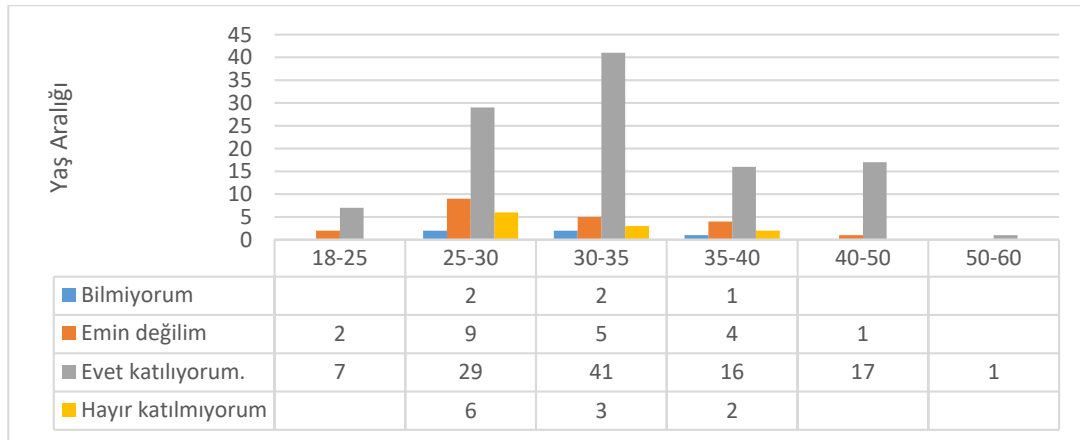
F: Frekans %: Yüzde

Çalışanların %75,2'si çalıştıkları şirketin gönüllü programının olmasının şirkete bağlılıklarını arttıracaklarını ifade etmiştir. Şirket bağlılığı ile yaş arasında bir ilişki olup olmadığı çapraz tablo analizi yapılarak bulunmuştur. Sonuçlar yukarıdaki tablodaki gibidir. Şirkette gönüllü programının bulunmasının şirkete bağlılığını arttıracaklarını söyleyen katılımcıların büyük çoğunluğu 25-35 yaş aralığındadır. Bu sonuçlar 1980 sonrası doğan ve *Milennial Kuşağı* olarak nitelendirilen yaş grubunun çalışma tercihleri üzerine yapılmış araştırmaları desteklemektedir.

Şirket bağlılığının artmasının bir sebebi de kurumsal gönüllülük programlarının çalışanların artan özgüvenlerinin, gelişen yetenekleri ve genişleyen iletişim ağları üzerindeki etkisi olabilir. Çalışanların gönüllülük programlarına katılarak gelişen sosyal sermayeleri göz önüne alındığında kendilerine bu imkanları sağlayan şirketlerine duygusal bağlılıklarının ve minnet duygularının artacağını düşünmek mümkündür (Haski-Leventhal, Kach, & Pournader, 2016).

Katılımcıların yaşlarına göre gönüllü programların şirket bağlılığına etkisine ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 14.5.14. Katılımcıların Yaşlarına Göre Gönüllü Programların Şirket Bağlılığına Etkisine İlişkin Bulgular



4.6.3. Şirketin Çalışan Gönüllülüğü Programı İçin Yazılı Bir Politikası Olma

Durumu

Şirketlerin kurumsal gönüllülük ve KSS projeleri ile potansiyel çalışanlar nezdinde bilinir olabilmesi için bu konuda politikalar hayata geçirmeleri, bunu çalışanlarıyla ve diğer paydaşları ile paylaşımları gerekmektedir. Katılımcılara çalıştıkları şirketin çalışan gönüllülüğü için yazılı bir politikası olup olmadığı sorulmuştur. Şirketin çalışan gönüllülüğü programı için yazılı bir politikası olma durumuna ilişkin bulgular Tablo 5.16.'da verilmiştir.

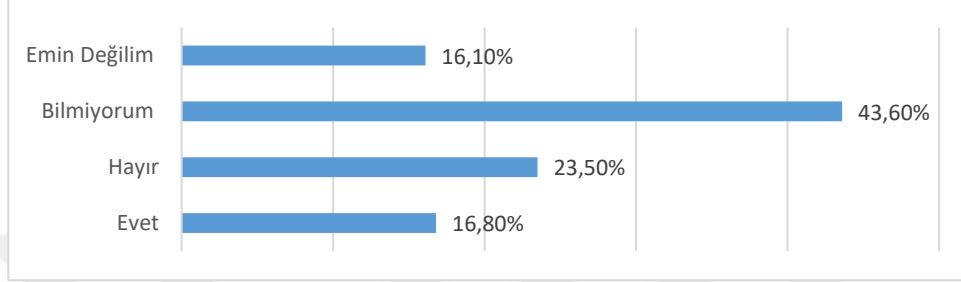
Tablo 22.5.16. Şirketin Çalışan Gönüllülüğü Programı İçin Yazılı Bir Politikası Olma Durumuna İlişkin Bulgular

	Frekans	Yüzde
Evet	25	16,8
Hayır	35	23,5
Bilmiyorum	65	43,6
Emin Değilim	24	16,1
Toplam	149	100,0

Çalıştıkları şirketin yazılı gönüllü politikasının olup olmadığına dair anket sorusuna çalışanların %43,2'si "Bilmiyorum" cevabını vermiştir. %23,6'sı "Hayır", %16,2'si "Emin değilim" yanıtını vermiş, "Evet" diyenlerin oranı %16,9'da kalmıştır. Araştırmaya katılan çalışanların tamamının kurumsal şirketlerin takımlarında koştuğu düşünüldüğünde bu katılımı şirketlerinin bilgisi dâhilinde yapması gerekmektedir. Fakat bu program hakkında yazılı bir politika oluşturan veya oluşturdıkları gönüllülük politikalarını yeteri kadar duyurarak farkındalık yaratan şirket sayısı oldukça düşüktür.

Şirketin çalışan gönüllülüğü programı için yazılı bir politikası olma durumuna ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 15.5.15. Şirketin Çalışan Gönüllülüğü Programı İçin Yazılı Bir Politikası Olma Durumuna İlişkin Bulgular



4.6.4. Şirketlerin Gönüllü Çalışmalara Yaklaşımı

Şirketlerin çalışanlarını gönüllülüğe teşvik etmek için gönüllü programları düzenlemek dışında neler yaptığı da araştırmaya açık konulardan bir tanesidir. Çalışanlara şirketlerinin gönüllülük çalışmalarına yaklaşımı hakkında çeşitli sorular sorulmuştur. Şirketlerin gönüllü çalışmalara yaklaşımı hakkında çalışanların düşüncelerine ilişkin bulgular Tablo 5.17. 'de verilmiştir.

Tablo 23.5.17. Şirketlerin Gönüllü Çalışmalara Yaklaşımı Hakkında Çalışanların Düşüncelerine İlişkin Bulgular

Şirketim destek olduğu projeler ve gönüllülük olanakları ile ilgili çalışanlarını bilgilendirir	Evet	F	133
		%	89,3
	Hayır	F	5
		%	3,4
	Bilmiyorum	F	4
		%	2,7
	Emin Değilim	F	7
		%	4,7
Şirketim gönüllülüğün önemi ve çalışanları nasıl dâhil olabileceklerini anlatmak için eğitimler düzenler	Evet	F	77
		%	51,7
	Hayır	F	38
		%	25,5
	Bilmiyorum	F	23
		%	15,0

		%	15,4
	Emin Değilim	F	11
		%	7,4
Şirketim gönüllü çalışmalara katılan çalışanların kaydını tutar	Evet	F	90
		%	60,4
	Hayır	F	16
		%	10,7
	Bilmiyorum	F	30
		%	20,1
	Emin Değilim	F	13
		%	8,7
Şirketim gönüllü olarak projelerde yer alan çalışanlarını ödüllendirir	Evet	F	39
		%	26,2
	Hayır	F	48
		%	32,2
	Bilmiyorum	F	37
		%	24,8
	Emin Değilim	F	25
		%	16,8
Şirketim kendi gönüllü projelerimizi hayata geçirmemiz için gerekli imkanları yaratır.	Evet	F	82
		%	55,0
	Hayır	F	15
		%	10,1
	Bilmiyorum	F	29
		%	19,5
	Emin Değilim	F	23
		%	15,4

F: Frekans %: Yüzde

Çalışanların %89,3'ü şirketlerinin destek olduğu projeler ve gönüllülük olanakları ile ilgili çalışanlarını bilgilendirdiğini, %83,2's, gönüllü olarak çeşitli projelerde yer almasını desteklediğini ifade etmiştir.

Katılımcıların %60,4'ü de gönüllü çalışmalara katılan çalışanların kaydını tuttuğunu söylerken sadece %24,8'i şirketlerinin gönüllü olarak projelerde yer alan çalışanlarını ödüllendirdiğini belirtmiştir. Bu soruya katılımcıların %32,2 "Hayır" diye cevap verirken %24,8'i "Bilmiyorum", %16,8'i de "Emin değilim" cevabını vermiştir. Bu sorudan şirketlerin büyük çoğunluğunun kurumsal gönüllülük programlarını resmi

olmayan politikalarla destekledikleri fakat henüz İK süreçlerinin parçası haline getirmediikleri yargısına varmak mümkündür.

Şirketlerin gönüllü çalışmalara yaklaşımı hakkında çalışanların düşüncelerine ilişkin grafik aşağıda verilmiştir.

Grafik 16.4.16. Şirketlerin Gönüllü Çalışmalara Yaklaşımı Hakkında Çalışanların Düşüncelerine İlişkin Bulgular



BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sivil toplum kavramı yüzyıllardır politik yazında tartışılan kavramlardan bir tanesidir. Günümüzde aktif vatandaşlığın ve gelişmiş bir sivil toplumun, katılımcı demokrasinin sağlıklı işlemesi için önde gelen koşullar arasında olduğu kabul edilmektedir.

Türkiye’de de sivil toplum çalışmaları hem akademik ortamda hem de çalışma sahasında 2000’li yılların başından itibaren artan bir ivme ile gelişmektedir. Bunun ekonomik, toplumsal ve siyasi sebeplerine bakıldığında 1990’ların sonundan itibaren küresel serbest pazar ekonomisine geçiş, uluslararası şirketlerin Türkiye’ye yatırım yapması, 1999’da başlayan AB üyelik müzakereleri süreci ve kamusal alanda görünür olmaya başlayan çeşitli yeni sosyal hareketlerin sivil toplumun gelişmesine imkân tanıdığı söylenebilir. Sivil toplumun gelişmesi için bir diğer unsur da BM, UNDP gibi uluslararası kuruluşların da kalkınmacı politikalar kapsamında gönüllülüğü desteklemeleri ve şirketlerin katılımını teşvik etmeleridir. Kurumsal şirketler de gittikçe artan rekabete ve tüketiciler nezdinde yaşanan çeşitli kriz ve skandallara karşı iş yapış şekillerini değiştirmek zorunda kalmaktadır. Kurumsal yönetim, kurumsal hayırseverlik gibi kavramlar şirketlerin gündemine girmekte, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri sıklıkla hayata geçirilmekte ve şirketler STK’lar ile çeşitli iş birlikleri yapmaktadırlar. Bunun yanı sıra Birleşmiş Milletler, Avrupa Komisyonu gibi uluslararası kuruluşlar çalışanlarını gönüllü olarak toplumsal projelere dâhil etmeleri konusunda şirketleri desteklemektedir. Ayrıca çalışanların topluma fayda sağlayan projeler hayata geçiren şirketlerde çalışmayı tercih ettiğine dair çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bu sebepler şirketlerin geliştirdikleri KSS projelerinde çalışanlarına yer vermesine ve çalışanlarını gönüllü olarak çeşitli projelere katılmaya teşvik etmesine yol açmıştır.

Araştırmalar Türkiye’de gönüllülük kültürünün çok yaygın olmadığını göstermektedir. Sivil toplum örgütlerinde gönüllülük yapan bireylerin sayısında son yıllarda artış

gözlemlense de diğer ülkelerle kıyaslandığında hala oldukça geriden geldiği dikkat çekmektedir. Literatürde kurumsal gönüllülük projelerinin çalışanların kendisine, şirketlerine ve sivil topluma faydaları olduğuna dair araştırmalar bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar bu projelerin ağırlıklı olarak örgütsel bağlılık, şirket itibarı, iç iletişim süreçleri, çalışan memnuniyeti gibi konularda incelendiğini ortaya koymaktadır. Kurumsal gönüllülük programlarının çalışanlara sivil toplum örgütleriyle ve gönüllülük deneyimi ile tanışmak için fırsat yarattığı düşünülmektedir. Bu çalışmada kurumsal gönüllülük projelerine katılanların sivil topluma ne şekilde katkı sağladığı üzerine bir araştırma hayata geçirilmiştir.

Kurumsal gönüllülük kavramının sınırları tam olarak çizilmediği için çalışanların dâhil olduğu farklı projeler de aynı kapsamda değerlendirilebilmektedir. Bu durumun yaratacağı belirsizliğin önüne geçmek için İstanbul Maratonu'na Adım Adım kapsamında katılarak destekledikleri kuruma bağış toplamak amacıyla kurumsal takımlarıyla koşan çalışanlardan oluşturulan bir örneklem ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında ele alınan gönüllülük aktivitesinin bağış toplamak üzerine olması gönüllülüğün alışlagelmiş formatlarından farklıdır, gönüllülüğün yeni formları arasında anlatılan dönemsel gönüllülük etkinliğine örnek olarak ele alınabilir. Bu formatta gönüllülerin STK'lar ile kısıtlı zaman geçirmesinin araştırma sonuçlarını etkileyen bir faktör olması mümkündür. Benzer bir araştırmanın geleneksel gönüllülük formları ile yapılması durumunda daha farklı sonuçlar ortaya koyulabileceği düşünülmektedir.

Gönüllü profili

Araştırmanın örneklemine bakıldığında ankette Türkiye ortalamasından farklı bir profil ortaya çıktığı dikkat çekmektedir. Ankete katılanların büyük çoğunluğunun 25-35 yaş aralığında, üniversite ve yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir. Burada en dikkat çeken sonuç katılımcıların büyük bir kısmının gönüllülükle lise seviyesinde tanıştıklarını ifade etmeleridir. Bu sonuç örneklemin darlığından ziyade kurumsal

takımların kimlerden oluştuğuna dair fikir vermesi açısından önemlidir. Ankette iki profil ortaya çıktığı görülmektedir; daha erken yaşlarda gönüllülükle tanışan, kişisel olarak gönüllülük yaptığı için şirketinin düzenlediği programa katılan çalışanlar ve daha önce gönüllülükle tanışmamış olan, ilk defa çalıştığı kurumda tanışan, ağırlıklı olarak şirketinin gerçekleştirdiği projelerde yer alan çalışanlar. Bu iki profil gönüllülük deneyimi sonrasında davranış, algı değişiklikleri sorulduğu zaman da kendini belli etmekteLERdir. Gönüllü deneyimi öncesinde de toplumsal konulara karşı duyarlı olduğunu, STK'ların çalışmalarına karşı ilgili olduğunu söyleyenlerle koşu sonrasında bu konulardaki ilgi ve duyarlılıklarında artış olduğunu söyleyenler arasında farklılıklar bulunmaktadır.

STK'lara öneriler

Araştırma öncesinde çalışanların toplumsal konularda farkındalığı ve duyarlılığının artacağı, STK'larla iletişime geçerek gönüllü faaliyetlerine devam edecekleri, tek seferlik projelerle kalmayıp STK'larla uzun soluklu çalışmalar gerçekleştirecekleri, şirketlerin de çalışanlarının sivil toplumla tanışması için kolaylaştırıcı rol üstlendiği hipotezleri geliştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında *çalışanların STK'larla iletişime geçerek gönüllü faaliyetlerine devam edecekleri* hipotezleri dışında diğer hipotezlerin doğrulandığı görülmektedir. Gönüllülerin çalıştıkları şirketin projesine dâhil olma ve STK'dan bir davet gelmesi durumunda gönüllü olma isteği göz önüne alındığında bu hipotezin doğrulanmamış olması üzerine çeşitli argümanlar geliştirilebilir. Bu argümanlardan bir tanesi STK'ların dönemsel gönüllüleri uzun vadede ellerinde tutmakta yetersiz olduğudur. Koşuya katılan gönüllülerin STK'ya bağlılıklarını arttırmak, maraton sonrasında da desteklemeye devam etmek için neler yapılabileceğinin kurumlar tarafından değerlendirilmesi önerilmektedir.

Aynı çerçevede, kurumsal gönüllülerin STK'larla ilişkisi araştırmaya çok açık konulardan bir tanesidir. STK'ların bu yeni ve nitelikli gönüllü gücünden ne şekilde uzun vadeli olarak faydalanabilecekleri üzerine yeni araştırmalar yapılması gerektiği

düşünülmektedir. Bu yapılacak araştırmalar ışında yukarıda açıklanan iki profil olan yeni gönüllüler ile daha önce gönüllülük tecrübesi olan ama yeni bir kurumla ilk defa tanışan gönüllüleri uzun vadeli olarak kurum bünyesine katmak için neler yapılması gerektiği ile ilgili farklı stratejiler geliştirilmesi önerilmektedir.

Adım Adım'a öneriler

Adım Adım projesi temel misyonu olan bağışçılık kültürünün Türkiye'ye yaymak ve sivil topluma maddi kaynak yaratmak gibi konularda son iki yıldır çarpıcı bir başarı göstermektedir. Adım Adım kaynak yaratmak misyonu dışında Türkiye'de gönüllülüğün geliştirilmesi konusunda bir misyon sahiplenmese de elinde bulundurduğu veri tabanının Türkiye'de en kapsamlı potansiyel gönüllü listelerinden bir tanesi olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla koşucularla kurumların uzun vadeli bir ilişki kurarak gönüllü olarak sivil topluma kazandırılması ve STK'lara insan kaynağı yaratılması konusunda Adım Adım'ın destek vermesi mümkün görünmektedir. Bu konuda STK'ları güçlendirecek, STK - kurumsal gönüllü işbirliğini bireysel veya kurumsal bazda geliştirecek stratejiler oluşturulması gerekmektedir. Bu çalışma yaratılan maddi kaynak yanı sıra insan gücü kaynağının da en verimli şekilde değerlendirilebilmesi için oldukça önem taşımaktadır.

Şirketlere öneriler

Şirketlerin kurumsal gönüllülük konusuna yaklaşımının informal bir formatta olduğu dikkat çekmektedir. Araştırma sonuçları çalışanların şirketleri hakkında gönüllü konulara çok açık olduğunu, bu konularda yardım isterlerse destek göreceklerini düşündüklerini gösterse de bu konuda yazılı politika geliştirilmesi, insan kaynakları süreçlerine dâhil edilmesi gibi muğlak alanlar bulunmamaktadır. Literatürde yapılan araştırmalar çalışanların KSS projeleriyle kamuoyu tarafından bilinen şirketlerde çalışmayı tercih edeceklerini göstermektedir. Bu sebeple şirketlerin yaptıkları bu iyi niyetli aktiviteleri daha formal bir formatta ele almaları, çeşitli süreçler oluşturup şirket içinde de iletişimini yapmaları önerilmektedir.

Sonuç olarak Türkiye’deki kurumsal şirketler sahip oldukları maddi kaynaklar, iletişim kanalları ve çalışan kaynağı ile çok ciddi bir değişim yaratma potansiyelini elinde tutmaktadır. Türkiye’de bu araştırmada bahsedilmeyen ama büyük ses getirerek ve ciddi toplumsal dönüşüm sağlayan birçok KSS projesi hayata geçirilmiştir.

Bu araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde şirketlerin çalışanlarını STK’larda gönüllü destek vermeleri için yönlendirmeleri konusunda da benzer bir potansiyel taşıdığı düşünülmektedir. Şirketlerin hayata geçirdiği kurumsal gönüllülük programlarının en önemli sonuçları ve sosyal etkisi en yüksek çıktıları; sivil toplumun gelişimi, demokratik süreçlere katılımın artırılması ve bireylerin sosyal konulara daha duyarlı, elini taşın altına koymaya daha istekli aktif vatandaşlar haline gelmeleri olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. (2017, Aralık 07). Retrieved from Gönül Elçisi: <https://gonulelcileri.aile.gov.tr/gonul-elcisi>
- Aktan, C. C., & Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. In C. C. Aktan, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* (pp. 11-36). İstanbul: İGİAD YAYINLARI.
- Alakavuklar, O. N., Kılıçaslan, S., & Öztürk, E. (2009). Türkiye'de Hayırseverlikten Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Geçiş: Bir Kurumsal Değişim Öyküsü. *Yönetim Araştırmaları Dergisi* cilt 9, sayı 2, 103-143, 123.
- Allen. (2003). The social case for corporate volunteering. *AUSTRALIAN JOURNAL ON VOLUNTEERING*, VOL. 8, No. 1,, 57-62.
- Allen, K. (2012). *The Big Tent: Corporate Volunteering in the Global Age*. Spain: Fundación Telefónica.
- Ararat, M., & Göcenoğlu, C. (2008). *Drivers for Sustainable Corporate Responsibility, Case of Turkey*. Corporate Governance: The International Journal of Business in Society.
- Atçı, D., Yenipınar, U., & Unur, K. (2014). Gönüllü Olma Nedenleri: Mersin 2013 -XVII. Akdeniz Oyunları Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi Cilt 11, Sayı 3*, 42-56.
- Bali, S., & Cinel, M. O. (2011 , Aralık). Bir Rekabet Aracı Olarak Sosyal Sorumluluk. *ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi Cilt: 2 Sayı: 4*, pp. 45-60.
- Bayhan, V. (2002). Demokrasi ve Sivil Toplum Örgütlerinin Engelleri: Patronaj ve Nepotizm. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi Cilt : 26 No: 1* , 1-13 .
- Boyner Grup. (2017, Aralık 06). *Nar Taneleri*. Retrieved from Nar Taneleri Proje Hakkında: http://www.nartaneleri.com/tr/proje_hakkinda.asp
- Bıçakçı, A. B. (2009). BM Küresel Sorumluluk Anlaşması Bağlamında Kurum İçi Halkla İlişkilerde Mükemmellik ve Çalışanların Sosyal Sorumluluk Algısı. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklam ve Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Bikmen, F. (2003). *Corporate Philanthropy in Turkey: Building on Tradition, Adapting to Change*.
- Bikmen, F., & Meydanoğlu, Z. (2006). *Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Değişim Süreci Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu* . İstanbul: TÜSEV .

- Bilim İlaç*. (2017, 12 6). Retrieved from Bilim İlaç Toplum Gönüllüleri:
<http://www.bilimilac.com.tr/tr/kurumsal-sorumluluk/toplumsal-yatirim/bilim-ilac-toplum-gonulluleri.html>
- Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV) programı Türkiye & GSM Gençlik Servisleri Merkezi. (2013). *Türkiye 'de Gönüllük*. İstanbul: UN Volunteers.
- Booth, J. E., Park, K. W., & Glomb, T. M. (2009). Employer-supported volunteering benefits: gift exchange among employers, employees, and volunteer organizations. *Human Resource Management Volume 48, Issue 2*, 227-249.
- Borusan*. (2017, 12 06). Retrieved from Okyanus Gönüllü Borusanlılar Platformu:
<http://www.borusan.com.tr/tr/kurumsal-sorumluluk/okyanus-gonullu-borusanlilar-platformu>
- Borusan Grubu*. (2017, 12 06). Retrieved from Borusan Grubu Sürdürülebilirlik Raporu-2014:
<http://www.kurumsalsurdurulebilirlik.com/getattachment/3a0043fa-ce40-4624-848e-ba6c425e4545/3a0043fa-ce40-4624-848e-ba6c425e4545.aspx>
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper and Row.
- Boyner Grup*. (2017). Retrieved from Boyner Grup Sürdürülebilirlik Raporu 2012:
<https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/43601/original/2012%20Boyner%20Holding%20S%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilirlik%20Raporu.pdf?1383211638>
- Boyner Grup*. (2017, 12 06). Retrieved from Boyner Grubu Gönüllüleri Nedir:
<http://www.boynergrup.com/web/boyner-grubu-gonulluleri-nedir/>
- Bozok, N. (2011). *BEN DEĞERLİYİM Nar Taneleri: Güçlü Genç Kadınlar Mutlu Yarınlar Projesi Güçlenme Hikayeleri Biriktiriyor*. 2011: Boyner Yayınları.
- Börü, C. C. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. In C. C. Aktan, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* (pp. 2-20). İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği Yayını.
- Brudney, J. L. (2005). *Emerging Areas of Volunteering - 2nd Edition*. Indianapolis: Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA).
- Business in the Community*. (2017, 12 07). Retrieved from European Employee Volunteering Awards: <https://www.bitc.org.uk/list/programmes/european-employee-volunteering-awards>
- Bussell, H., & Forbes, D. (2002). Understanding the volunteer market: The what, where, who and why of volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7 (3), 244-257.

- Bussell, H., & Forbes, D. (2008). How UK universities engage with their local communities: a study of employer supported volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing Sayı 13, Cilt4*, 363-378.
- Carrol, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholder. *Business Horizon Vol.34 NO.4*, 39-48.
- Carroll, A. B. (1979). A three dimensional Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review Vol. 4, No. 4* , 497-505.
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2008). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management, 7th Edition*.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). *The Business Case for Corporate Social Responsibility*. Blackwell Publishing.
- Case Foundation. (2014). *Inspiring the next generation workforce; The 2014 Millenial Impact Report*.
- Cisco. (2018, 02 18). Cisco. Retrieved from Cisco Networking Academy: https://www.cisco.com/c/tr_tr/training-events/networking-academy.html
- Clary, E. G. (1998). Understanding and Assessing the Motivations of Volunteers:. *Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 74, No. 6,* 1516-1530.
- Clary, Ridge, Stukas, Snyder, Copeland, & Miene., H. &. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology, 74(6)*, 1516-1530.
- Commission of the European Communities. (2001). *GREEN PAPER Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*. Brussels: Commission.
- Conference Board. (1993). *Corporate Volunteer Programs:benefits to business*. New York: Corporate Volunteer Programs.
- Çabuk, D. (2009). *Türkiye 'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Türkiye 'de Sivil Toplum Kuruluşlarının Yöneticilerinin Tutumları Üzerine Bir Araştırma*. Antalya Akdeniz Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Çaha, Ö. (1995). Cumhuriyet Türkiye'sinin İlk Yıllarında Sivil Toplum. *Journal of Islamic Research Vol:8*, 99-113.
- Çaha, Ö. (2005). Sivil Toplum Üstüne. In L. Sunar, *Sivil Toplum ve Demokrasi*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.

- Çaha, Ö., Çaylak, A., & Tutar, H. (2013). *TRA2 Bölgesi Sivil Toplum Kuruluşları Profili Araştırması*. Kars: SERKA.
- Davis, K., & Blomstrom, R. L. (1975). *Business and Society: Environment and Responsibility*, 50.
- Deloitte. (2017). *2017 Deloitte Volunteerism Survey*. Deloitte.
- Dernekler Dairesi Başkanlığı. (2017, 12 12). Retrieved from dernekler.gov.tr: <https://www.dernekler.gov.tr/tr/AnasayfaLinkler/derneklerin-faaliyet-alanina-gore.aspx>
- Dernekler Dairesi Başkanlığı. (2017, 12 12). Retrieved from Derneklerin yıllara göre üye sayısı: <https://www.dernekler.gov.tr/tr/AnasayfaLinkler/derneklerin-yillara-gore-uye.aspx>
- Donaldson, T., & Dunfee, T. (1999). *Ties that bind*. Boston: Harvard Business School Press.
- Epstein, E. M. (2002). The Field of Business Ethics in the United States: Past, Present and Future. *Journal Of General Management*,, 28(2), 1-21.
- Ertuna, B., & Tükel, A. (2009). *Türkiye 'de Kss Uygulamaları: Geleneksel Ve Küresel Arasında*. Yönetim Araştırmaları Dergisi, cilt 9, sayı 2, 145-172 .
- Frederick, W. C. (2006). *The Story Of Corporate Social Responsibility*. Doghear Publisng .
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.
- Good, T. C. (2017). *Giving in Numbers 2017*. USA: The Conference Board .
- Göçenoğlu, C., & Onan, I. (2008). *Türkiye 'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu*. İstanbul: UNDP.
- Gönenç, A. A. (2001). *Sivil Toplum Düşünsel Temelleri ve Türkiye Perspektifi*. İstanbul: Altkitap.
- Gray, Adams, & Owen. (1996). *Accounting and Accountability Changes and Challanges in Corporate Social and Enviromenatal Reporting*. Harlow: Prentice-Hall Europe.
- Güçlü, B. (2013). Türkiye'de Kurumsal Gönüllülük. In B. M. Merkezi, *TÜRKİYE'DE GÖNÜLLÜLÜK Gönüllülüğün Rolünün ve Katkılarının Keşfedilmesi* (pp. 65-69). İstanbul: UNV.
- Güçlü, B., Türkmenoğlu, İ., Ilgaz, P., & Akman, S. (2013). *Kurumsal Gönüllülük Programları El Kitabı*. İstanbul: Özel Sektör Gönüllüleri Derneği.

- Gül, Ö. (2009). *KSS uygulaması olarak kurumsal gönüllülüğün türk özel sektöründe yapılması ve kurum içi iletişim bağlantısı*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Habermas, J. (1997). *Kamusalın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Haski-Leventhal, D., Kach, A., & Pournader, M. (2016). Revisiting Corporate Volunteering: The Impact of Intrinsic and Extrinsic Motivation to Volunteer on Employees' Workplace Attitudes. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*.
- Heald, M. (1970). *The social responsibilities of business: Company and community, 1900-1960*. Cleveland: Case Western Reserve University.
- Hof, S. D. (2009a). *Türkiye 'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üçgeni: Şirketler, Toplum ve Toplum Kuruluşları*. Tubitak.
- Hof, S. D. (2009b). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Şirketlerin ve Sivil Toplum kuruluşlarının Anlayışları. *İletişim Fakültesi Dergisi Sayı:28*, 154-183.
- IBM . (2017, Aralık 12). Retrieved from IBM Toplum için Gönüllülük Programı: http://www-05.ibm.com/tr/sorumluluk/ondemand.html?lipi=urn%3Aurn%3Apage%3Ad_flagship3_messaging%3BCMF0C%2BabSIGptVookv8bdA%3D%3D
- İçduygu, A., Meydanoğlu, Z., & Sert, D. Ş. (2011). *Türkiye 'de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası CIVICUS Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) Türkiye Ülke Raporu II*. İstanbul: TÜSEV.
- Impact2030. (2017, Aralık 07). Retrieved from Impact2030: <http://impact2030.com/>
- Keane, J. (1993). Despotizm ve Demokrasi. In J. Keane, *Sivil Toplum ve Devlet* (pp. 47-83). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Keyman, F. (2006). *Türkiye 'de Sivil Toplumun Serüveni*. İstanbul: STGM.
- Keyman, F. (2017, 12 12). *Türkiye 'de ve Avrupa 'da Sivil Toplum*. Retrieved from İstanbul Bilgi Üniversitesi STK Eğitim ve Araştırma Birimi, : http://stk.bilgi.edu.tr/media/uploads/2015/02/01/keyman_std_3.pdf
- Koç Holding. (2017, 12 06). Retrieved from Koç Holding Basın Odası: <https://koc.com.tr/tr-tr/koc-gundem/basin-odasi/PressRelease/MLMM-OSGD-22-06-2012.pdf>
- Koç Holding. (2017, 12 6). Retrieved from Meslek Lisesi Memleket Meselesi Nedir: <http://www.meslekliyesimemleketmeselesi.com/tr-TR/MLMMNedir/Amac>
- Koç Holding. (2017, 12 6). Retrieved from Ülkem İçin: <http://www.ulkemicin.com.tr/ulkem-icin-nedir>

- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- LBG Associates. (2004). *Measuring Corporate Volunteerism*. USA: LBG Associates.
- Lee, L., & Higgins, C. (2001,). Corporate volunteering: ad hoc interaction or route to dialogue and partnership? *Journal of corporate citizenship*, vol. 1 no. 4,, 79-90.
- Lough, B. J. (2015). *The Evolution of International Volunteering*. Bonn: United Nations Volunteers (UNV) programme.
- Lough, B. J. (2017). *Literature Review for the State of the World's Volunteerism Report 2018*. UNV.
- Lukka, P. (2000). Employee Volunteering: A Literature Review. *Institute for Volunteering Research*.
- Mardin, Ş. (1990). Türk Siyasetini Açıklayabilecek Bir Anahtar: Merkez-Çevre. In Ş. Mardin, *Türkiye'de Toplum ve Siyaset* (pp. 35-79). İstanbul: İletişim.
- Marrewijk, M. v., & Werre, M. (2003.). Multiple Levels of Corporate Sustainability. *Journal of Business Ethics*, Sayı 44, Cilt 2-3, , 107-119.
- Matten, D., & Crane, A. (2003). Corporate Citizenship: Towards an extended theoretical conceptualization. *The Academy of Management Review* Vol. 30, No. 1 , 166-179.
- McIntosh, M. (2007). Progressing from Corporate Social Responsibility to Brand Integrity. In G. C. STEVE MAY, *The Debate Over Corporate Social Responsibility*. Oxford University Press.
- Meijs, L. C., & Voor, J. M. (2004). Corporate volunteering: From charity to profit-nonprofit partnerships. *Australian Journal on Volunteering* Vol.9 No.1, 21-31.
- Millie, A., & Jacobson, J. (2002). *Employee volunteering and the Special Constabulary: a review of employer policies*. London:: Police Foundation.
- Milo, I. (2005). *Voluntarism and Public Institutions*. Podgorica: ADP - Zid.
- Moir, L. (2001). What do we mean by Corporate Social Responsibility. *Corporate Governance* 1,2,, 16-22.
- Newton, K. (2001). Trust, Social Capital, Civil Society, and Democracy. *International Political Science Review*, Vol 22, No. 2, , 201-214.
- OSGD . (2017, Aralık 6). Retrieved from LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/10350448/>
- Özdemir, H. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Marka İmajına Etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* Yıl:8 Sayı:15 , 57-72.

- Özturan, P. (2009). *CIVICUS Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) II Türkiye Yan Raporları*. İstanbul: TÜSEV.
- Pajo, K., & Lee, L. (2011). Corporate-Sponsored Volunteering: A Work Design Perspective. *Journal of Business Ethics* Vol:99, Issue:3, 467–482.
- Panasonic. (2017, 12 06). Retrieved from Aydınlık Toplum Gönüllüleri: <http://estr.panasonic.com/tr/sosyal-sorumluluk/aydinlik-toplum-gonulluleri-3/>
- Paula Caligiuri, A. M. (2013). Win–win–win: the influence of company-sponsored volunteerism Programs on employees, ngos, and business Units. *Personnel Psychology Volume 66, Issue 4* , 825–860.
- Penner, L. A. (2002). Dispositional and organizational influences on sustained volunteerism: An interactionist perspective. *Journal of Social Issues, Vol. 58, No. 3*, 447-467.
- Peterson, D. K. (2004). Benefits of participation in corporate volunteer programs employees perceptions. *Personnel Review Vol. 33 No. 6*, 615-627.
- Points of Light. (2013). *Seven Practices of Effective Employee Volunteer Programs*. Anaheim: Business 4 Better.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*.
- Quirk, D. (1998). *Corporate Volunteering: The potential and the way forward*. Wellington, NZ: The Wellington Volunteer Center.
- Rodell, J. B., Breitsohl, H., Schröder, M., & Keating, D. J. (2016). Employee Volunteering: A Review and Framework for Future Research. *Journal of Management Vol 42, Issue 1*, 55-84.
- Roza, L. (2016). Employee engagement in corporate social responsibility. *Erasmus University Rotterdam Doktora tezi*.
- Sabancı Holding. (2017, Aralık). Retrieved from Sabancı Gönüllüleri Programı Nedir: <http://sabancigonulluleri.sabanci.com/tr/-sabanci-gonulluleri/sabanci-gonulleri-programi-nedir-/i-18>
- Salamon, L. M., Sokolowski, S. W., & Tic, M. A. (2012). *The State of Global Civil Society and Volunteering: Latest findings from the implementation of the UN Nonprofit Handbook*. Baltimore: Johns Hopkins Center for Civil Society Studies.
- Selki, G. (2017, Aralık 06). *Gülşay SELKİ*. Retrieved from Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları ile Fark Yaratmak:

<https://www.slideshare.net/itibarenstitusu/2uluslararası-tibar-ynetimi-konferans-27123622>

- Sert, N. Y. (2012). Türkiye’de özel sektörün kurumsal sosyal sorumluluk anlayışına ilişkin yarar algısı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin duyurulmasında web sitelerinin kullanılması. *Online Academic Journal of Information Technology Cilt: 3 Sayı: 9*, 31-50.
- Sethi, S. (1975). Dimensions of corporate social performance: An analytical framework. *California Management Review, Vol: 17 issue: 3*, 58-64.
- Signitzer, B., & Prexl, A. (2008). Corporate Sustainability Communications: Aspects of Theory and Professionalization. *Journal of Public Relations Research, Vol: 20 Issue: 1*, 1-19.
- Suchman, M. (1995). Managing Legitimacy; strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review Vol. 20, No. 3*, 571-610.
- Tamer, M. G. (2010). Tarihsel Süreçte Sivil Toplum. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 27 Sayı: 1.
- Tekeli, İ. (2004). KATILIMCI DEMOKRASİ, SİVİL AĞLAR VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI. İstanbul: Tarih Vakfı.
- Theaker, A., & Yaxley, H. (2013). *The Public Relations Strategic Toolkit*: . Routledge Taylor & Francis Group.
- Tocqueville, D. i. (2002). *Democracy in America* (Vol. Vol.1). (H. Reeve, Trans.) The Pennsylvania State University: The Pennsylvania State University.
- Toprak, B. (1996). Civil Society in Turkey. In A. R. Norton, *Civil society in the Middle East 2*. Leiden: E. J. Brill.
- Toros, E. (2007). Understanding the Role of Civil Society as an Agent for Democratic Consolidation: The Turkish Case. *Turkish Studies 8, 3*, 395-415.
- Tschirhart, M. (2005). Employee Volunteer Programs . In J. 1. Brudney, *Emerging Areas of Volunteering - 2nd Edition* (pp. 15-32). Indianapolis: ARNOVA.
- Tuffrey, M. (1995). *Employees and the community: How successful companies meet human resource needs through community involvement*. London: Prima Europe Ltd.
- Tuffrey, M. (1998). *Valuing Employee Community Involvement: Practical guidance on measuring the business benefits from employee involvement in community activity*. The Corporate Citizenship Company.
- TÜSEV. (2013). *Sivil Toplum İzleme Raporu 2012*. İstanbul: TÜSEV Yayınları.

- TÜSEV. (2014, Aralık 12). Retrieved from Tüsev:
http://www.tusev.org.tr/usrfiles/files/2014_4_Aralik_Dunya_Gonulluler_Gunu.pdf
- TÜSEV. (2015). *Sivil Toplum İzleme Raporu 2013-2014*. İstanbul: TÜSEV Yayınları,.
- Ulusal Gönüllülük Komitesi. (2017, 12 11). Retrieved from Ulusal Gönüllülük Komitesi:
<http://www.ulusalgonullulukkomitesi.org/>
- UNV. (2011). *Dünya'da Gönüllülüğün Durumu Raporu 2011*. Türkiye: Birleşmiş Milletler Gönüllüleri.
- UNV. (2015). *State of The World's Volunteerism Report 2015 Transforming governance*. Washington, DC: United Nations Volunteers (UNV) programme.
- UNV. (2017, 12 7). Retrieved from UNV Volunteerism and Global Goals:
<https://www.unv.org/volunteerism/volunteerism-and-global-goals>
- Vehbi Koç Vakfı. (2017). *Hakkımızda*. Retrieved from VKV:
<http://www.vkv.org.tr/hakkimizda.aspx?hl=tr>
- Volunteering Australia . (2004). *Supporting Volunteering in Australia* . Melbourne: Volunteering Australia .
- Wan Fauziah Wan Yusoff, I. A. (2012). Insight of Corporate Governance Theories. *Journal of Business & Management Volume. 1 No. 1*, 52-63.
- Watts, P., Holme, L., International, S., & Tinto, R. (1999). *CSR: Meeting changing expectations*. World Business Council for Sustainable Development – Report.
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26: , 215-240.
- Wood, D. J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review Vol. 16, No. 4*, 691-718.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future; Report of the World Commission on Environment and Development*:. Oxford: Oxford University Press.
- Yamak, S. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi*. İstanbul : Beta Yayınevi.
- Yaşama Dair Vakıf. (2015). *Verilerle Sivil Toplum Kuruluşları*. İstanbul: Yaşama Dair Vakıf.
- Yaşama Dair Vakıf. (2016). *Sivil Toplum Kuruluşlarına Yönelik Algı ve Yaklaşımlar*. İstanbul: Yaşama Dair Vakıf.
- Yeğen, M., Keyman, E. F., Çalışkan, M. A., & Tol, U. U. (2010). *Türkiye’de Gönüllü Kuruluşlarda Sivil Toplum Kültürü*. İstanbul: Yaşama Dair Vakıf.

- Yenisey, K. D., & Kabakçı, M. (2017). *Gönüllü Emeği ve İş Hukuku*. İstanbul : İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları .
- Yurttagüler, L. (2006). Gönüllülük ve Katılım. In Yurttagüler L. & Akyüz A., *Gönüllülerle İşbirliği*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları içinde.
- Yurttagüler, L. (2013). Gönüllülük ve Vatandaşlık Kavram. In B. M. Merkezi, *Türkiye'de Gönüllülük Gönüllülüğün Rolünün ve Katkılarının Keşfedilmesi* (pp. 18-27). İstanbul: Tasarımhane.
- Yurttagüler, L., & Akyüz, A. (2006). *Gönüllülerle İşbirliği*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Zappala, G., & McLaren, J. (2004). A functional approach to employee volunteering: an exploratory study. *Australian Journal on Volunteering Vol. 9, No. 1, , 41-54.*

EK:

ANKET FORMU

Anket linki: <https://begumoz.typeform.com/to/vLy4iY>

GİRİŞ:

Merhaba!

İsmim Begüm Özyer, Kodluyoruz Derneği'nin projelerini yönetiyorum ve Bilgi Üniversitesi Sosyal Projeler ve STK Yönetimi Bölümü'nde yüksek lisans tezimi yazıyorum.

Şirketler çalışan gönüllülüğü programları ile çeşitli projeler hayata geçirerek toplumsal fayda ve farkındalık yaratmayı hedefliyorlar. Adım Adım Kurumsal yardımseverlik koşusu da bir **Kurumsal Gönüllülük Programı** olarak değerlendirilmekte.

Peki, çalışanların gönüllülük deneyimleri sivil toplum kuruluşlarına yönelik algılarında ne gibi değişikliklere sebep oluyor? Şirketlerinin kurumsal takımlarında Adım Adım kapsamında koşan çalışanlarla yaptığım tezimde bu konuyu ele alıyorum.

Size hem gönüllü olarak projelerde yer aldığınız, hem de değerli vaktinizi ayırarak anketi doldurduğunuz için şimdiden çok teşekkür ederim. Yanıtlarınız isimsiz kullanılacak ve verdiğiniz bilgiler gizli kalacaktır. Anket yaklaşık 6 dakika sürmektedir.

SORULAR

1. Bölüm: Anketin ilk bölümünde kurumsal gönüllü profilini yakından tanıyabilmek için bazı demografik sorular soracağım.

1 - Yaşınız

- | | | | | | |
|---|-------|---|-------|---|-------|
| A | 18-25 | B | 25-30 | C | 30-35 |
| D | 35-40 | E | 40-50 | F | 50-60 |
| G | 60+ | | | | |

2 - Cinsiyetiniz

- | | | | |
|---|-------|---|-------|
| A | Kadın | B | Erkek |
|---|-------|---|-------|

3 - Eğitim durumunuz

- | | | | |
|---|---------------|---|------------|
| A | Lise | B | Üniversite |
| C | Yüksek lisans | D | Doktora |

4 - Şu an çalışmakta olduğunuz şirketin ismi nedir?

.....

5 - Kaç senedir aynı şirkette çalışmaktasınız?*

- | | | | | | |
|---|--------------|---|------------|---|----------|
| A | 1 seneden az | B | 1-3 sene | C | 3-5 sene |
| D | 5-10 sene | E | 10-30 sene | F | 30+ |

2.Bölüm: Bu kısımda gönüllülük konusundaki deneyiminizle ilgili genel bazı sorularım olacak.

6 - İlk defa ne zaman toplumsal etkisi olan bir projede gönüllü olarak yer aldınız?*

- A Lisede
- B Üniversitede
- C Önceden çalıştığım kurumda
- D Şu an çalıştığım kurumda
- E Bireysel olarak gönüllülük yapmaya başladım.
- F Diğer

7 - Ne kadar süredir çalıştığınız kurumun gönüllü ekibinin içindesiniz?*

- | | |
|-----------------|----------------|
| A 1-6 ay | B 6 ay- 1 sene |
| C 1 sene-3 sene | D 3+ sene |

8 - Şirket gönüllüsü olarak Adım Adım yardımseverlik koşusu dışında farklı projelerde de yer aldınız mı?* Çalıştığınız kurum dışında gönüllü olarak katılarak desteklediğini bir sosyal sorumluluk projesi olup olmadığı sorulmaktadır.

- A Hayır, sadece şirketimin desteklediği projelerde gönüllülük yapıyorum .
- B Evet, şirket dışında da gönüllülük yapıyorum.

9 - Şirket dışında da gönüllü olarak çeşitli faaliyetlerde yer alıyor musunuz?* Çalıştığınız kurum dışında gönüllü olarak katılarak desteklediğini bir sosyal sorumluluk projesi olup olmadığı sorulmaktadır.

- A Hayır, sadece şirketimin desteklediği projelerde gönüllülük yapıyorum .
- B Evet, şirket dışında da gönüllülük yapıyorum.

10 - Bir önceki soruya cevabınız evetse, hangi konulardaki projelerde yer almaktasınız? Cevabınız hayırsa, bu soruyu lütfen boş bırakınız.

- | | | | |
|---|----------------|---|------------|
| A | Çocuklar | B | Çevre |
| C | Kültür & Sanat | D | Engellilik |
| E | Hayvanlar | F | Diğer |

11 - Desteklediğiniz bir STK (Sivil Toplum Kuruluşu), dernek, sivil inisiyatif vs. var mı?*

- | | | | |
|---|-----------|---|------------|
| A | Evet, var | B | Hayır, yok |
|---|-----------|---|------------|

12 - Bir önceki soruya cevabınız evetse, ne şekilde destekliyorsunuz? Cevabınız hayırsa, bu soruyu lütfen boş bırakınız. (Bu soruda birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz) İsteddiğiniz kadar seçim yapın:

- A Arada bir bağış yapıyorum
- B Düzenli bağış yapıyorum
- C Dernek bünyesinde gönüllü olarak çalışıyorum
- D Sosyal medya hesaplarımda kurumun duyurularını paylaşıyorum
- E Düzenledikleri etkinliklerine katılıyorum
- F Dernek üyesiyim
- G Diğer

3.Bölüm: Adım Adım'a şirket takımınız ile katılarak belirlediğiniz bir STK'ya bağış topladınız. Anketin bu bölümünde Adım Adım bünyesindeki bu gönüllülük deneyimi hakkında sorularım olacak.

13 - Adım Adım kapsamında yardımseverlik koşusunda koşmaya nasıl karar verdiniz? Bu soruda birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz. İsteddiğiniz kadar seçim yapın

- A İş arkadaşımın yönlendirmesiyle katılmaya karar verdim.

- B Desteklediğim STK'ya fon sağlamak için katılmaya karar verdim
- C Düzenli koştüğüm için bağış toplamak için Adım Adım kapsamında koşmaya karar verdim
- D Daha önce bireysel koşucu olarak katılmışım bu sene şirketimin gönüllü takımı ile katılmaya karar verdim.
- E Daha öne de şirketimin gönüllü takımı ile katılmışım bu sene tekrar katıldım
- F Diğer

14 - Adım Adım kapsamında yardımseverlik koşusunda koşmadan önce düzenli olarak koşuyor muydunuz?*

- A Evet, düzenli olarak koşuyordum
- B Ara sıra koşuyordum
- C Hayır, kurumsal yardımseverlik koşusuna katılmak için koşuya başladım
- D Diğer

15 - Adım Adım kapsamında yardımseverlik koşusunda koşmadan önce Avrasya Maratonu ya da Antalya Maratonu gibi koşulara katılmış mıydınız?*

- A Hayır, katılmadım
- B Evet, halk koşusuna katılmışım
- C Evet, bireysel Adım Adım koşucusu olarak katılmışım
- D Evet, daha önce de kurumum adına Adım Adım koşucusu olarak katılmışım.

16 - Koşucusu olduğunuz kurum adına bağış toplamak için neler yaptınız? Bu soruda birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz. İstedığınız kadar seçim yapın.

- A Tanıdıklarına bağış mektubu maili yolladım

- B Facebook'ta ve diğer sosyal medya kanallarımnda duyuru yaptım
- C Arkadaşlarımı sözlü olarak bağış yapmaya teşvik ettim
- D Arkadaşlarımı koşuya katılmaya ikna ettim
- E Kendim bağış yaptım
- F Bağış toplamadım

17 - Yardımseverlik koşusunda hazırlanırken desteklediğiniz STK ekibi ile bir araya geldiğiniz mi?* Bu soruda, yardımseverlik koşusuna hazırlandığınız antreman süresinde desteklediğiniz proje/STK ekibi ile bir araya gelip gelmediğiniz sorulmaktadır.

- E Evet
- H Hayır

18 - Bundan sonra da şirketiniz ile beraber kurumsal takımın üyesi olarak Adım Adım kapsamında koşarak STK'lara bağış toplamaya devam etmeyi düşünüyor musunuz?

- A Evet, kurumum ile beraber Adım Adım kapsamında koşmayı düşünüyorum
- B Kurumum olmadan bireysel olarak Adım Adım kapsamında koşmayı düşünüyorum
- C Hayır, Adım Adım kapsamında koşmayı düşünmüyorum.

4. Bölüm Bu bölümde kurumsal gönüllülük deneyiminden sonra değişen düşüncelerinizle ilgili sorularım olacak. Lütfen tüm soruları Adım Adım kapsamında şirketiniz ile birlikte bir STK'yı desteklemek için katıldığınız koşu öncesiyle kıyaslayarak cevaplayın.

19 - Gönüllü olarak bağış toplamak için katıldığım yardımseverlik koşusu sonrasında toplumsal konulara karşı daha duyarlı olduğumu düşünüyorum.

- A Zaten bu konulara karşı duyarlıydım

- B Evet, düşünüyorum
- C Hayır, düşünmüyorum

20- Gönüllü olarak bağış toplamak için katıldığım yardımseverlik koşusu sonrasında STK'ların çalışmalarına karşı ilgim arttı.*

- A Zaten bu konulara ilgim vardı
- B Evet, ilgim arttı.
- C Hayır, ilgim artmadı

21 - Gönüllü olarak bağış toplamak için katıldığım yardımseverlik koşusu sonrasında bir STK'ya üye oldum.*

- A Zaten bir STK'ya üyeydim .
- B Zaten bir STK'ya üyeydim ama yeni bir stk'ya üye oldum.
- C Evet, oldum
- D Hayır, olmadım
- E Diğer

22 - Gönüllü olarak bağış toplamak için katıldığım yardımseverlik koşusu sonrasında bir STK'da gönüllü olarak çalışmaya başladım*

- A Zaten koşudan öncede de gönüllü olarak çalışıyordum
- B Evet, gönüllü olarak çalışmaya başladım
- C Hayır, gönüllü olarak çalışmaya başlamadım

23 - Gönüllü olarak bağış toplamak için katıldığım yardımseverlik koşusu sonrasında bir veya daha fazla STK'ya bağış yapmaya başladım*

- A Zaten daha önce de bağış yapıyordum
- B Evet, başladım
- C Hayır, başlamadım

24 - Gönüllü olarak bağış toplamak için katıldığım yardımseverlik koşusu sonrasında etrafımdaki insanları bağış topladığım STK ve konu ile ilgili bilgilendirmeye başladım*

A Zaten daha önce de bilgilendiriyordum.

B Evet, bilgilendirmeye başladım

C Hayır, bilgilendirmeye başlamadım

25 - Gönüllü olarak bağış toplamak için katıldığım yardımseverlik koşusu sonrasında bağış topladığım STK'nın çalıştığı konuları takip etmeye başladım.*,

A Zaten daha önce de takip ediyordum

B Evet, takip etmeye başladım

C Hayır, takip etmeye başlamadım

26 - Bağış topladığınız STK koşudan sonra sizden gönüllü olarak vakit ayırmanız gereken bir destek istese kabul eder misiniz?*

A Evet kabul ederim

B Hayır kabul etmem

C Bilmiyorum

D Emin değilim

27 - Kurumunuz bağış topladığınız STK ile ortak proje hayata geçirirse vakit ayırıp gönüllü olur musunuz?

A Evet

B Hayır

C Bilmiyorum

D Emin değilim

“

5.Bölüm Bu son bölümde çalıştığınız şirketin gönüllü katıldığınız çalışmalara yaklaşımı hakkındaki düşünceleriniz ile ilgili sorularım olacak.

28 - Şirketinizin çalışan gönüllülüğü programın için yazılı bir politikası var mı?*

- A Evet B Hayır
C Bilmiyorum D Emin değilim

29 - Şirketinizin sizi gönüllü çalışmalarınızda desteklediğini düşünüyor musunuz?*

- A Evet B Hayır
C Bilmiyorum D Emin değilim

30- Yaptığınız gönüllü çalışmaların mesleki ilerlemenize bir faydası olduğunu ya da olacağını düşünüyor musunuz?

- A Evet B Hayır
C Bilmiyorum D Emin değilim

31 - Kurumunuzun bir STK'yı desteklemesinin sizin o STK'da gönüllü olmanızda etkisi olur mu?*

- A Evet olur B Hayır olmaz
C Bilmiyorum D Emin değilim

32 - Aşağıdaki cümlelere katılıyor musunuz?

a. Şirketlerin kurumsal gönüllü ekiplerle verdiği destek, STK'lar açısından bireysel gönüllülükten daha faydalıdır.

- A Evet katılıyorum B Hayır katılmıyorum
C Bilmiyorum D Emin değilim

b. Çalıştığım şirketin gönüllü programının olması benim şirket bağlılığımı artırır.*

- A Evet katılıyorum B Hayır katılmıyorum
C Bilmiyorum D Emin değilim

c. Şirketlerin gönüllülük programları sayesinde çalışanlar STK'ları desteklemeleri ve sosyal projelere katılmaları için kolaylaştırıyor.

- | | | | |
|---|------------------|---|--------------------|
| A | Evet katılıyorum | B | Hayır katılmıyorum |
| C | Bilmiyorum | D | Emin değilim |

33 - Aşağıdakilerden hangisi şirketiniz için doğrudur?

a. Şirketim destek olduğu projeler ve gönüllülük olanakları ile ilgili çalışanlarını bilgilendirir.*

- | | | | |
|---|--------------|---|------------|
| A | Evet | B | Hayır |
| C | Emin değilim | D | Bilmiyorum |

b. Şirketim gönüllülüğün önemi ve çalışanları nasıl dahil olabileceklerini anlatmak için eğitimler düzenler.*

- | | | | |
|---|--------------|---|------------|
| A | Evet | B | Hayır |
| C | Emin değilim | D | Bilmiyorum |

c. Şirketim gönüllü çalışmalara katılan çalışanların kaydını tutar.*

- | | | | |
|---|--------------|---|------------|
| A | Evet | B | Hayır |
| C | Emin değilim | D | Bilmiyorum |

d. Şirketim çalışanlarının gönüllü olarak çeşitli projelerde yer almasını destekler*

- | | | | |
|---|--------------|---|------------|
| A | Evet | B | Hayır |
| C | Emin değilim | D | Bilmiyorum |

e. Şirketim gönüllü olarak projelerde yer alan çalışanlarını ödüllendirir.*

- | | | | |
|---|--------------|---|------------|
| A | Evet | B | Hayır |
| C | Emin değilim | D | Bilmiyorum |

f. Şirketim kendi gönüllü projelerimizi hayata geçirmemiz için gerekli imkanları yaratır.*

A Evet

B Hayır

C Emin değilim

D Bilmiyorum

34 - Şimdi de lütfen desteklemek istediğiniz STK'yı seçiniz. Seçilen kurumlara her bir katılımcı adına 1TL bağış yapacağım. -----

TEŞEKKÜR

Katılımınız için çok teşekkürler!

EK:

ANKETE KATILAN ŞİRKET LİSTESİ

1. Akbank T.A.Ş
2. Allianz
3. Borusan
4. Brisa A.Ş.
5. Coats Türkiye A.Ş
6. Defacto Perakende A.Ş.
7. Green&Black Marine Logistics
8. Hürriyet
9. iDisplay Görüntüleme Teknolojileri A.Ş
10. JLL Türkiye
11. Karadeniz holding
12. Mercedes-Benz Türk A.Ş.
13. Oysho-Inditex
14. Xerox Büro Araçları