

Belediye Çalışanlarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılamalarına Yönelik Görüşleri: Anamur Belediyesi Örneği

Municipality Employees' Views on Corporate Social Responsibility Perceptions : The Case of Anamur Municipality

Çalışma Başvuru Tarihi: 06.11.2023
Çalışma Kabul Tarihi: 08.12.2023
Çalışma Türü: Araştırma Makalesi

Mustafa ATSAN*

Anahtar Kelimeler:

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Belediye, Anamur Belediyesi.

ÖZET

Çalışmanın Amacı: Bu çalışmada Anamur Belediyesi'nde muhtarlık işleri müdürlüğü biriminde çalışan personellerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ilişkin algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Muhtarlık işleri müdürlüğünde çalışan personellerin seçilmesinin sebebi belediyenin sosyal işlerinden bu birimde çalışanların sorumlu olması ve kavrama hakim olmalarından kaynaklanmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı sadece şirketler bazında ele alınması gerekmektedir. Kamu kurumlarında da sosyal sorumluluğa önem vermek gerekmektedir. Bunun sebebi olarak ise, kamu kurumlarının toplumsal sorunlara duyarlılığının ülkenin kalkınmasına etki etmesinden kaynaklanmaktadır (Fidan ve Barıtcı, 2017). Bu öneme istinaden, bu çalışmada kamu kurumlarından olan belediyelerde sosyal işlerde çalışan bireylerin sosyal sorumluluk algılarını ölçmek amaçlanmaktadır. **Çalışmanın Önemi:** Literatür taramasının sonucunda kamu kurumlarından belediyede çalışan bireylere yönelik görüşme yöntemi kullanılarak yapılan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu noktadan hareketle sosyal belediyeçiliğin önem arz ettiği bu dönemde belediyelere yönelik yapılan bir çalışma ile alan yazında olan boşluğun doldurulacak olmasından dolayı çalışma önem taşımaktadır. **Yöntem:** Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olan fenomenolojik desen tercih edilmiştir. Verilerin analizi için ise içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla araştırma kapsamında 5 katılımcı ile görüşme yapılmış olup görüşmeler belediye binasında yüz yüze ve araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. **Bulgular:** Araştırmanın bulgularına göre katılımcılar kendi açılarından kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) faaliyetlerinin önemli olduğunu düşünmektedir. Ayrıca KSS faaliyetlerinin belediye açısından da önemli olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Belediye personellerinin KSS algılarının ve kavram hakkında görüşlerinin pozitif yönde olduğu bulgusuna varılmıştır. Araştırma kapsamında sonuçlar detaylı şekilde yorumlanmış olup bazı önerilerde de bulunulmuştur.

Keywords:

Corporate Social Responsibility, Municipality, Anamur Municipality.

ABSTRACT

Purpose of the Study: In this study, it was tried to measure the perceptions of the personnel working in the mukhtar affairs directorate unit in Anamur Municipality regarding the concept of corporate social responsibility. The reason for the selection of the personnel working in the mukhtar affairs directorate is due to the fact that the employees in this unit are responsible for the social affairs of the municipality and have a good command of the concept. The concept of corporate social responsibility should not be considered only on the basis of companies. It is also necessary to give importance to social responsibility in public institutions. The reason for this is that the sensitivity of public institutions to social problems affects the development of the country (Fidan and Barıtcı, 2017). Based on this importance, in this study, it is aimed to measure the social responsibility perceptions of individuals working in social affairs in municipalities that are public institutions. **Significance of the Study:** As a result of the literature review, there was no study conducted using the interview method for individuals working in the municipality from public institutions. From this point of view, in this period when social municipalism is important, the study is important because the gap in the literature will be filled with a study for municipalities. **Method:** Phenomenological design, which is one of the qualitative research methods, was preferred in the study. Content analysis method was used for the analysis of the data. For this purpose, interviews were conducted with 5 participants within the scope of the research and the interviews were carried out face-to-face and by the researcher in the town hall. **Results:** According to the findings of the research, the participants think that corporate social responsibility (CSR) activities are important for them. In addition, it has been found that CSR activities are also important for the municipality. It has been found that the CSR perceptions of the municipal personnel and their opinions about the concept are positive. Within the scope of the research, the results were interpreted in detail and some suggestions were made.

* Dr. Öğretim Üyesi, Mersin Üniversitesi Anamur Meslek Yüksekokulu, mustafaatsan@mersin.edu.tr, ORCID: 0000 0001 6221 7342

1. GİRİŞ

Sosyal sorumluluk toplumun faydasına olabilecek işleri ön planda tutmaktır. KSS'nin kurumlar ile halkın arasındaki bağlantılar ile ilintili olduğu belirtilmektedir (Crowther ve Aras, 2008). Diğer bir deyişle toplumun faydasına olabilecek faaliyetlerde bulunmaktır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere sadece işletmelerin değil yerel yönetimlerin de bu bağlamda önem vermesi gereken bir kavram olduğunu belirtmek gerekir. Belediyelerin halkın gözünde değerli konumda olabilmesi için toplumu yararına olacak şekilde; park ve yeşil alanlar, kültür, sanat, sosyal hizmetler, konukevleri vb. konularda faaliyetler içinde bulunması gerekmektedir (Mert,2018). Bu faaliyetleri gerçekleştirirken de toplumun her kesimine hitap etmesi gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, yaşlı, genç, kadın, çocuk ve engelli bireylerin hepsine karşı yükümlülükleri bulunmaktadır. Sosyal sorumluluk piramidinde yer alan ilkeler doğrultusunda belediyeler sosyal sorumluluk bilinci konusunda kendilerini zorunlu hissetmeleri gerekmektedir (Güllüpunar, 2010). Toplumun yararına olabilecek her bir faaliyet hem toplumdaki bireyleri pozitif yönde etkiler hem de yerel yönetimlerin halkın gözünde itibarını yükseltmesini sağlamaktadır. Bundan dolayı bu kavramın gerekliliği ve önemi sadece işletmeler özelinde değil kamu kurum ve kuruluşları içinde önemlidir. Özellikle belediyelerin sosyal belediyecilik bağlamında sosyal kelimesine çok daha fazla önem göstermeleri gerekmektedir. Bunun sebebi sosyal sorumluluk bağlamında doğaya ve bölgede yaşayan halka olan sorumlulukları yerine getirerek halkın daha rahat ve huzurlu yaşamalarını sağlamak olduğu belirtilmektedir (Demir, 2013). Bulunduğu yörede yaşayan vatandaşların sorunlarına çözüm bulmak, sosyal belediyecilik sıfatına göre hareket etmek, onların faydasına olabilecek projeler üretmek artı puan kazanmalarına sebep olacaktır. Buna istinaden bu araştırmada kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha çok özel işletmelere yönelik değerlendirildiği tespit edilmiş olup belediyeler özelinde sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bu sebepten dolayı yerel yönetimlerden belediye çalışma alanı olarak seçilmiş olup görüşme yöntemi uygulanarak bizzat belediyenin sosyal işler ile ilgilenen çalışanlarının bu kavrama olan farkındalıklarının ve görüşlerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu noktadan hareketle bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Boyutları

Günümüz rekabet ortamında kurumlar tercih edilmek ve rakiplerinin önüne geçmek adına daha farklı stratejiler izlemek durumundadırlar. Bu stratejilerden birisi kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleridir. Sosyal sorumluluk kavramının daha özeli olan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı topluma faydalı olma, toplumun yararına faaliyetler içinde bulunma durumu şeklinde belirtilebilir. Sosyal sorumluluk kavramı, bir kurumun ekonomik ve yasal

koşullara uygun kurumun iç ve dış paydaşlarının beklentilerine yönelik stratejiler oluşturarak bireyleri memnun etmek şeklinde tanımlanmaktadır (Mosley, 1998'den akt; Keleş, 2008). Kuruluşların bunları yapması bireylerin gözünde kendilerini daha değerli kılmaktadır. Bunun sebebi ise kuruluşlar herhangi bir kazanç amacı gütmeksizin kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında insanlığa ve doğaya olan sorumluluklarını ifa ederek bireylerin huzurunun çoğalmasında katkıda bulunması şeklinde belirtilmektedir (Demir, 2013). Diğer bir deyişle, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kurumların kazançlarının bir kısmını toplumun faydasına olabilecek faaliyetlerde kullanma zorunluluğu şeklinde tanımlanabilmektedir (İbrahim vd, 2006). Bu tanımlı destekler nitelikte olan başka bir tanımda ise, kurumların kendi menfaatleri dışında sosyal fayda amacıyla yapılan faaliyetler olduğu belirtilmektedir (McWilliams ve Siegel, 2001). Tüm bu ifadelerin ortak paydasının temel amacının sosyal fayda olduğu, işletmelerin kazançlarından toplumun yararına ve faydasına olabilecek projelerde de kullanılması gerektiği ve sosyal sorumluluk bilinci eksik olan işletmelerin günümüz koşullarında işlerinin zor olduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda sosyal sorumluluk farkındalığına sahip olmayan kurumların ise sürdürülebilir olma şanslarının az olduğu belirtilmektedir (Işık ve Erdem, 2007).

Archie B. Carroll (1979), kurumsal sosyal sorumluluğu, ekonomik, yasal, etik ve hayırsever odaklı sorumluluk olmak üzere dört boyut olarak belirtmektedir.

- **Ekonomik Sorumluluk** : Bu boyut, işletmelerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri adına en üst seviyede konumlanmaktadır. İşletmelerin piyasada var olma sürelerinin uzun olmasının başlıca etkeni ekonomik sorumluluktur. Bu sorumluluğun neden en üstte olmasını Ersöz (2007), çalışmasında işletmelerin maddi anlamda kazançlarını sağlamadıkça diğer boyutların gerekli olmayacağı ve bu bağlamda ekonomik sorumluluğun diğer sorumluluklardan daha önce gelmesi gerektiğine değinmektedir.
- **Yasal Sorumluluk**: Tüm toplumlarında kendilerine özgü kuralları ve kanunları mevcuttur. Bu boyutta ise kurumların işlerini yaparken yasal zorunluluklarını yerine getirmeleri gerektiği belirtilmektedir (Carrol, 1991). Yasalara uygunluk bireylerin veya kurumların gönüllülük esasına dayanmamakla birlikte toplumun refahı ve düzeni açısından önem teşkil etmektedir. Bundan dolayı işletmeler her ne kadar ekonomik sorumluluğu ön planda tutsa da yasal açıdan sorumluluklarının da bilincinde olarak hareket etmeleri gerekmektedir.
- **Etik Sorumluluk**: Carrol (1979) çalışmasında etik sorumluluk boyutuna istinaden ahlaki normların da önemini dile getirmektedir. Her ne kadar mecburiyet olmasa da

örgütlerin vicdanen kendi paydaşlarına yönelik bazı sorumlulukları olması gerekmektedir. Örneğin, bir işletmenin çalışanlarına yönelik uyguladığı mobbing etik dışı davranış olarak belirtilebilmektedir. Bu işletme çalışanlarına değer vererek, herhangi bir baskı oluşturmadan faaliyetlerine devam ettiği takdirde çalışanlarına karşı etik sorumluluğunu yerine getirmiş olacaktır fakat paydaş olarak sadece çalışanları düşünmeme gerekmektedir. Tüketiciler, hissedarlar vb. paydaşlara karşı da etik ve ahlaki davranışlarda bulunmak önemlidir.

- **Hayırseverlik Odaklı Sorumluluk:** Literatürde gönüllü sorumluluk olarak da yer alan bu boyut inisiyatifi içermektedir. Diğer bir deyişle, kurumların isteklerine göre toplumun yararına yönelik yapmış oldukları faaliyetler veya projeler şeklinde belirtilebilir. Kız çocuklarının okula teşvik edilmesi, eğitim, barınma vb konularda yürütülecek projeler, madde bağımlılığını önlemeye yönelik yapılan faaliyetler bu boyut altında misal olarak gösterilebilir.

3. BELEDİYELERDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİ

Sosyal sorumluluk bilinci sadece işletmelere özgü olarak algılanmaması gerekmektedir. Kamu kurum kuruluşlarından, yerel yönetimlere kadar tüm kurumların öncelikleri arasında yer almak durumundadır. Bu bağlamda yerel yönetim olarak adlandırılan belediyelerin 5393 sayılı kanununun 14. Maddesine göre sosyal sorumluluk alanlarının geniş olduğu görülmekle birlikte bu alanların; konut, kültür ve sanat, turizm, spor, park ve yeşil alanlar vb. olduğu belirtilmektedir (Mert, 2018). Toprak ve Şataf (2017) çalışmalarında hizmetlerin sınıflandırıldığından bahsetmektedirler. Bu sınıflandırmayı yaşlı, çocuk, genç, kadın, yoksul, işsiz şeklinde yapmaktadırlar (Toprak ve Şataf, 2017). Kısacası belediyeler halka hizmet amacıyla görevde oldukları için halkta yer alan her kesimin faydasına olabilecek projeler üretmeleri gerekmektedir. Belediyelerin başarılı olabilmeleri için ise hem halkın yöresine sahip çıkması hem de halkın oylarıyla seçilen yöneticilerin halk tarafından benimsenmesi, güvenilmesi gerekmektedir (Sezgin, 2007).

Yerel yönetimler bazında ele alırsak sosyal sorumluluğu sosyal belediyecilik şeklinde de adlandırmak mümkündür. Sosyal belediyecilik, sosyal devlet anlayışından yola çıkarak görevinin sadece alt ve üst yapı, hijyen, ulaşım vb. olmadığı, bu sorumluluklarının dışında bulunduğu yöredeki vatandaşların sorunlarına, beklentilerine sosyal çözüm üretilmesi olduğu şeklinde belirtilmektedir (Balcılar ve Çınarlı, 2020). Bu bağlamda sosyal belediyecilik hizmetleri şu şekilde sıralanabilir (Sönmez,2010):

- Anne ve babası olmayan çocuklar için yuvalar yapmak
- Kimsesi olmayanlar ve muhtaçlar için yaşam evleri yapmak
- Sosyal, kültürel ve sportif faaliyetler için tesisler inşa etmek
- İşsiz bireylere destek olmak için projeler üretmek
- Yeşil alan ve park alanlarını oluşturmak
- Sosyalleşmek adına sosyal merkezler oluşturmak
- İhtiyaçlı olanlara yemek ihtiyacını karşılamak adına tesisler oluşturmak
- Kurslar, eğitim merkezleri gibi yerler açarak istihdamı artırmak

Bunlara ek olarak bazı belediyelerde aşevleri dışında günün belirli saatlerinde mobil ikram araçlarında çorba ve ikramlarının yapıldığı, ramazan aylarında iftarlar verildiği de görülmektedir. Tüm bu hizmetlerden anlaşılacağı üzere belediyeçiliğin sadece şehrsel anlamda hizmetler olmadığı anlaşılmaktadır. Bunun dışında belediyelerin kendisini seçimle belirleyen halkın her kesimine ve ayırt etmeksizin herkes için sosyal açıdan projeler geliştirmek, çözümler üretmek, toplumsal fayda sağlamak da öncelikli işlevleri arasında görülmektedir. Bazı belediyelerin sosyal sorumluluk projeleri ve amaçları şu şekildedir;

- Güngören Belediyesinin kan kardeşliği kulübü (KANKA) adı altında oluşturmuş olduğu sosyal sorumluluk projesinin amacı acil durumlarda kan ihtiyaçlarına cevap verebilmektir (Zengin, 2018).
- Nevşehir belediyesinin Sinyalizasyon Bizde Varız projesinin amacı kadın haklarını savunmak ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin farkındalığını sağlamak maksadıyla tiyatro grubunun kurulmasıdır (Acar ve Baritci, 2017).
- Malatya Belediyesinin yerli üretimi olan Trambüs ise sürdürülebilirlik kapsamında sosyal sorumluluk projesi olarak değerlendirilmektedir. Trambüs ile birlikte çevresel sorunlar ve çevre kirliliğinin önüne geçilmesi amaçlanmaktadır (Gültaş ve Yücel, 2015).
- Konya Büyükşehir Belediyesinin Kadın Konuk Evi projesinin amacı ise ailelerinden uzaklaşmış, evsiz kadınların barınmasını sağlamaktır (Güllüpunar, 2010).

Belediyelerin bu sosyal sorumluluk projeleri incelendiğinde toplumun her kesimine ve çevreye yönelik çeşitli projeler üretildiği görülmektedir. Bu bağlamda yerel yönetimlerin sosyal belediyeçilik uygulamaları ciddi şekilde önem arz etmektedir.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada amaç, Anamur Belediyesinde Muhtarlık İşleri Müdürlüğünde çalışan personellerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ve bu doğrultuda yapılan faaliyetler konusunda bilinçli olup olmadıklarına yönelik algılarını ölçmektir. Çalışma yapılmadan önce alan yazın taraması yapılmış olup, belediyelerin ilgili birimlerine yönelik görüşme yöntemi kullanılarak kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında yapılan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Özellikle sosyal belediyeciliğin ön planda tutulduğu günümüzde belediye çalışanlarının sosyal sorumluluk algılamalarını ölçmeye yönelik böyle bir çalışmaya ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışma gerçekleştirilerek literatürde yer alan boşluğu doldurmak amaçlanmaktadır. Çalışmada araştırmacı tarafından hazırlanan 4 demografik soru ve 5 yarı yapılandırılmış görüşme soruları kullanılacaktır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde araştırmayı yapan birey hazırlamış olduğu soruları görüşme esnasında konunun akışını bozmadan değiştirebilmektedir (Güler, Halıcıoğlu ve Taşgın, 2015). Görüşme soruları şu şekildedir;

- 1) Kurumsal sosyal sorumluluk sizin için ne ifade etmektedir?
- 2) Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin belediyecilik açısından önemi nedir?
- 3) Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri için hedef kitlelerinizi nasıl belirlemektesiniz?
- 4) Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sürecinde hangi medya araçlarından yararlanmaktasınız?
- 5) Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini hangi alanlarda gerçekleştirmektesiniz?

4.2. Araştırma Modeli

Anamur belediyesinde Muhtarlık İşleri Müdürlüğünde çalışan personellerin kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarına karşın fikirlerini ölçmek maksadıyla bu çalışmada fenomenolojik desen tercih edilmiştir. Fenomenolojik desen kullanımı için araştırmanın yapılacağı katılımcıların fenomene (olguya) yönelik doğrudan deneyimli olması gerekmektedir. (Patton, 2014). Bu bağlamda araştırmamızın muhatabı olan katılımcıların doğrudan bu alanda çalışmış olduklarından dolayı fenomenolojik desen uygun görülmüştür.

4.3. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Anamur Belediyesinde Muhtarlık İşleri Müdürlüğünde çalışan 5 personel oluşturmaktadır. 5 personel seçilmesinin sebebi belediyenin sadece sosyal işlerinde çalışan personellerin örnekleme dahil edilmek istenmesi ve bu işlerle ilgilenen personellerin

bu birimde çalışıyor olmasıdır. Bunun nedeni ise, hem konuya hakimiyet hem de işin gerekliliğine daha uygun oldukları ve soruları anlamada güçlük çekmeyecekleri düşünüldüğündendir. Araştırmacıların katılımcı sayısını çok fazla yapmaya çalışması hata olarak nitelendirilmektedir (Creswell, 2002; Makatouni, 2002). Sayının fazlalığı yerine nitelik daha çok önem arz etmekte ve bir katılımcıdan bile lazım olan veri sağlanabilmektedir (Baltacı, 2019). Çalışmada ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme amaçlı örnekleme yöntemlerindedir. Bu örneklemede önem arz eden konu, çalışmanın problemiyle katılımcıların uyum göstermesi ve araştırmaya dahil edilen kişilerin bu kapsamda belirlenmesidir (Büyüköztürk vd. 2009). Buna istinaden çalışmada uygulama yapılacak bireylerin seçiminde ele alınan temel ölçüt belediyenin sosyal sorumluluk faaliyetleriyle doğrudan ilgilenen birimi olan Muhtarlık İşleri Müdürlüğü biriminin seçilmesidir.

Tablo 1: Katılımcılara Yönelik Genel Bilgiler

| Katılımcılar | Cinsiyet | Yaş | Eğitim Düzeyi | Birimi |
|--------------|----------|-----|---------------|------------------|
| K1 | K | 33 | Lisans | Muhtarlık İşleri |
| K2 | K | 41 | Lisans | Muhtarlık İşleri |
| K3 | K | 46 | Ön Lisans | Muhtarlık İşleri |
| K4 | K | 30 | Ön Lisans | Muhtarlık İşleri |
| K5 | E | 53 | Ön Lisans | Muhtarlık İşleri |

Tablo 1'e göre araştırma grubu 1 erkek ve 4 kadın olmak üzere toplam 5 kişiden oluşmaktadır. Araştırmada katılımcılar için K1, K2, K3, K4, K5 kısaltmaları kullanılmıştır. Eğitim düzeylerinin çoğunluğunun ön lisans düzeyinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş aralığı 30-53 arasında değişiklik göstermektedir.

4.4. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri, belediye çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk kavramına hakimiyetleri ve bu kavram ile ilgili görüşlerini ölçmek ve değerlendirmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Bu soruların hazırlanmasında soruların açık ve net olmasına ve boyutlarının fazla olmaması, konusunda belirlenen hususlara dikkat edilmiştir (Yılmaz ve Altinkurt, 2011; akt. Altunay, Oral ve Yalçınkaya, 2014). Görüşme formu hazırlanırken alanında uzman iki akademisyenin görüşüne başvurulmuştur. Uzmanların önerileri doğrultusunda sorularda bazı değişiklikler yapılmıştır. Verilerin toplanması için belediyeden yetkili kişilerden gerekli izinler alınmıştır. Aynı zamanda çalışmanın yapılabilmesi için Mersin Üniversitesi etik kurulundan 02.05.2023 tarihli ve 70 sayılı karar sonucu onay alınmıştır. İzinlerin alınmasının ardından beş sorudan oluşan görüşme formu

katılımcılara uygulanmıştır. Katılımcılara çalışmanın amacı ve önemi kısaca anlatılmış olup isim ve bilgilerinin kimseyle paylaşılmayacağına ayrıca kendi isimlerinin de çalışmada kullanılmayacağı belirtilmiştir. Belediye çalışanları ile görüşme 02 Haziran 2023 tarihinde belediyede yüz yüze yapılmış olup ortalama her bir kişiyle 20 dakika sürmüştür.

4.5. Verilerin Analizi

Bu çalışma nitel bir çalışma olup belediye çalışanlarının görüşlerinden toplanan verilerin çözümlenmesi için içerik analizi tercih edilmiştir. İçerik analizinin temeli, elde edilen benzer verilerle kategori ve temalar oluşturmak ve bunları anlaşılır şekilde yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Çalışmada katılımcıların cevapları düzenlenerek ham haliyle dosya haline getirilmiştir. Daha sonra kodlamalar yapılmış bu kodlamalarla kategori ve temalar oluşturulmuştur. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar üzerinde herhangi bir değişiklik kesinlikle yapılmamıştır.

4.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliliği

Araştırmanın geçerliliği konusunda alanında uzman kişilerle görüşülmüş, fikirleri alınmış ve bu bağlamda görüşme formunun son şekli verilmiştir. Çalışmanın iç güvenirliliğini (tutarlılığını) artırmak için bulgular ham haliyle araştırmacının herhangi bir yorumu olmadan doğrudan verilmiştir. Görüşme formunun orijinal hali saklanmaktadır. Bunun yanında, çalışmanın dış güvenirliliğini artırmak için çalışmanın katılımcılarından literatüre kadar tüm bilgiler ile ilgili açıklamalara yer verilmiştir.

5. BULGULAR

Tablo2: KSS Algılamalarına Yönelik Sorulan Soruların Tema, Kategori ve Kodları

| Tema | Kategori | Kod |
|--------------------------------|--|---------------------------------------|
| 1-KSS'nin Önemi | Kategori 1: KSS 'nin kişisel önemi | Kod 1: Güzel faaliyetler |
| | | Kod 2: Mutluluk, keyif alma |
| | | Kod 3: Motivasyon artırıcı, iç huzur |
| | | Kod 4: Huzur, mutluluk |
| | | Kod 5: Motivasyon mutluluk |
| | Kategori 2: KSS'nin belediye açısından önemi | Kod 1: Halkın ihtiyaçları giderilmesi |
| | | Kod 2: Yöneticinin ön planda olması |
| | | Kod 3: Markalaşma ve vizyon |
| | | Kod 4: İtibar artırıyor |
| | | Kod 5: Halkın güveninin kazanılması |
| 2-KSS Faaliyetleri hedef kitle | Kategori 3: Hedef kitle belirleme şekli | Kod 1: Başvurular değerlendirilerek |
| | | Kod 2: Herkese yönelik |
| | | Kod 3: ihtiyaca göre / bazen anlık |
| | | Kod 4: Dönemsel / Afet dönemlerinde |

| | | |
|--------------------------|---|--|
| | | Kod 5: Periyodik ziyaretler ile |
| | | Kod 1: Telefon, facebook ve instagram |
| | | Kod 2: Tanıdık tavsiyeleri |
| | Kategori 4: Kullanılan medya araçları | Kod 3: Tüm sosyal medya araçları |
| | | Kod 4: Kırsal ve köylerde radyo |
| | | Kod 5: sosyal medya araçları ve telefon |
| 3- KSS faaliyet alanları | Kategori 5: KSS Proje faaliyet alanları | Kod 1: Doğal afetlerle oluşan ihtiyaçlar |
| | | Kod 2: Gençlere yönelik faaliyetler |
| | | Kod 3: Engellilere ve yaşlılara |
| | | Kod 4: Sportif, danışmanlık, tarımsal |
| | | Kod 5: Tarım ve ihtiyaca dair alanlar |

Tablo 2’de tema, kategori ve kodlar çerçevesinde, Belediye çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarına yönelik görüşleri aşağıdaki başlıklar altında detaylandırılarak açıklanmıştır.

KSS’nin Katılımcılar Açısından Önemi

Araştırma kapsamında belirlenen araştırma sorularından ilki olan ‘‘KSS sizin için ne ifade etmektedir’’ sorusuna görüşmeye katılan katılımcıların tamamı KSS’ye olumlu açıdan yaklaşmışlardır. Mutluluk ve huzur verdiğini belirtmişlerdir. Ayrıca KSS faaliyetlerinin güzel faaliyetler olduğunu ve motive edici şeklinde tanımlamışlardır. Bunun yanında, marka bağlılığını da artırdığı belirtilmiştir. Katılımcıların tamamı KSS’nin kendileri açısından önemine pozitif yönde görüş belirtmişlerdir. Yöneltilen sorular doğrultusunda bazı katılımcıların vermiş oldukları cevaplar;

- K1: *KSS faaliyetleri olması gerekmektedir. İhtiyaç sahipleri için güzel faaliyetlerdir. KSS faaliyetlerini gerçekleştiren markalar marka bağlılığını artırıyor*
- K3: *Hedef kitleye amacına göre ulaşmak motivasyonumu artırıyor. İç huzur sağlıyor. Hatta kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri sağlayan markaların ürünlerine ilgim artıyor. Mutluluk sağlıyor*
- K5: *İhtiyaçların giderilmesi beni mutlu ediyor. Motivasyonumu ve işimde daha fazla çalışmamı sağlıyor. Vicdan ve huzurumu artırıyor.*

KSS’nin Belediyeler Açısından Önemi

Kurumsal sosyal sorumluluğun önemi temasının ikinci kategorisi olarak belirlenen ve ‘‘KSS’nin belediyeler açısından önemi ‘’ sorusuna katılımcılar farklı cevaplar vermişlerdir. Halkın ihtiyacının giderilmesi açısından önemli olduğu, belediye yöneticilerinin ön plana

çıkmasını sağladığı, itibar, vizyon, markalaşma ve güven açısından önemli olduğu şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir. Bunun dışında gençlere yönelik yapılan sosyal sorumluluk faaliyetleri sayesinde dezavantajlı gençlerin topluma kazandırılması açısından önemli olduğu belirtilmiştir. Konuya ilişkin bazı katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir;

- K2: *Belediye açısından başkanın ön plana çıkmasını sağlıyor. Halkın gözünde yükselmesini sağlıyor. Etkileri çok kıymetli. Dışarıdan olumlu tepkiler alınıyor. İmaj ve itibar yükselmekte. Bu tarz etkinlikler yapılmasaydı olumsuz etkileri fazla olabilir.*
- K4: *Belediyecilik itibarı açısından önemli. Ben Anamurspor yönetim kurulundayım. Sportif açıdan bakarsak gençleri spora teşvik edecek projeler onları bağımlılıktan kurtarmak açısından önemli. Gençleri topluma kazandırma açısından belediyenin bu tarz faaliyetleri önemli.*
- K3: *Markalaşma adına önemli. Belediyeye vizyon sağlıyor. Mersin ilçelerine kıyasla ön plana çıkılmasını sağlıyor kendi belediyemiz adına cevap vermek gerekirse. Halkın beğenisini ve takdirini kazanmasını sağlıyor.*

Hedef Kitle Belirleme Şekli

KSS faaliyetleri hedef kitle temasının kategorilerinden olan ve ‘‘hedef kitlenizi nasıl belirlemektesiniz’’ sorusuna katılımcılar belirli hedef kitlenin olmadığını ihtiyaca göre belirlendiği ve ayırım yapılmadan herkes için faaliyetler yapıldığı yönünde görüş bildirmişlerdir. Bunun dışında bir katılımcı belediyenin eldeki veriler ile belirli periyotlarda ziyaretler yaparak hedef kitle tespiti yaptığını belirtmiştir. Başka bir katılımcı ise anlık olarak bile hedef kitlenin belirlenebildiğini ifade etmiştir. Gelen bir kişinin veya talebin o anda hedef kitleye dönüştüğü örneğini vermiştir. Diğer bir katılımcı ise gelen başvurular ön değerlendirmeye alınıp daha sonra tespiti yapılarak hedef kitleye ulaşıldığını belirtmiştir. Bunlara ek olarak dönemsel hedef kitlelerin oluştuğu da katılımcı tarafından ifade edilmiştir.

- K2: *Aslında hedef kitle gözetmeksizin dil, din, ırk ayrımı yapmadan herkese yardımcı oluyoruz. Örneğin 6 Şubat depreminde depremzedeler hedef kitler seçilerek onlara yönelik çorba ikramları yapıldı fakat tüm halk yararlandı. Hedef kitle anlık ve duruma göre belirlenebilmekte.*
- K4: *Hedef kitemiz dönemsel bile belirlenmekte. Mesela yaz döneminde okul olmadığı için gençlerin boş kalmaması adına sportif projeler üreterek hedef kitemizi gençler olarak belirliyoruz. Ya da afet dönemlerinde ihtiyaç sahipleri afeti yaşayan kişiler hedef kitle olabilmekte.*

- K5: 56 mahallenin verisi var. Periyodik olarak ziyaret ediyoruz. Hedef kitle tespiti yerinde yapılıyor. Gelen talepler de değerlendirilerek yerinde tespitler yapılıyor. İyice emin oluyoruz doğruluğundan ve hedef kitemizi buna göre belirliyoruz.

Faaliyetler Sürecinde Kullanılan Medya Araçları

KSS faaliyetlerinde hedef kitle temasının ikinci kategorisi olan ‘*faaliyet sürecinde kullanılan medya araçları nelerdir*’ sorusuna facebook, instagram ve twitter cevapları verilmiştir. Bunun dışında bir katılımcı telefon, diğer bir katılımcı ise kırsal ve köylerde yaşayan bireyler için yerel radyolardan da yararlandığını belirtmiştir. Sadece bir katılımcı şahsi fikri olarak çok fazla paylaşım yapılmaması ve reklam yapılmaması gerektiği görüşünde bulunmuş olup tüm sosyal medya araçlarının ve telefonun süreçlerde kullanıldığını belirtmiştir. Bu bağlamda katılımcılardan bazılarının cevapları şu şekildedir;

- K1: *Kişisel ve sabit hatlar dahil olmak üzere telefon kullanılıyor. Onun haricinde facebook ve instagram tercih ediliyor. Hem kurum hesabından hem şahsi hesaptan ulaşıyor. En çok facebook’tan mesaj yoluyla ulaşıyor. Paylaşım yaptıktan sonra erişim artıyor.*
- K3: *Tüm sosyal medya araçları kullanılmakta. Hatta küçük ilçe olduğundan dolayı beni tanıyanlar kendi şahsi twitter hesabından bile talepte bulunabilmekteler. Biz paylaşım yaparken facebook ağırlıklı paylaşımlar yapıyoruz.*
- K4: *Facebook, twitter, instagram dan yararlanıyoruz. Bunların dışında kırsal ve köylerde yerel radyolar da kullandığımız araçlardandır.*
- K5: *Çok fazla paylaşım yapıp reklam yapılmaması düşüncesindeyim. Talepler tüm sosyal medya araçlarından gelmekte fakat telefonda kullanılan araçlardan birisi. Medya araçlarını kullanmamızın tek amacı ulaşamadıklarımıza ulaşmak yardım yapıldığını bildirmek. Bunun için de en çok facebook kullanılıyor.*

KSS Faaliyet

Belirlenen üçüncü tema ve beşinci kategori olan ‘*KSS faaliyetlerinin hangi alanlarda gerçekleştirilmektedir*’ sorusuna katılımcılar genelde belirli bir alan olmadığı tüm ihtiyaç sahiplerine yaşlı, genç, çocuk herkese yönelik faaliyetler gerçekleştirildiğini belirtmişlerdir. Bunun dışında engellilere yönelik projeler ve danışmanlık alanında faaliyetler gerçekleştirildiği cevabı verilmiştir. Tarım ilçesi olmasından dolayı tarımsal alanda da KSS faaliyetleri gerçekleştirildiği görüşü belirtilmiştir. Özellikle pandemi döneminde yaşlılar için çeşitli faaliyetler gerçekleştirildiği de vurgulanmıştır. Buna ek olarak doğal afetlerde tüm

ihtiyaç sahiplerine gereken yardımın yapıldığı ifade edilmiştir. Katılımcıların bu soruya vermiş oldukları bazı cevaplar aşağıda belirtilmiştir;

- K3: *Engellilere yönelik engelli araçları, ihtiyaç sahiplerine giyecek, yiyecek vb yardımlar, pandemi döneminde yaşlılara hizmet daha fazlaydı.*
- K5: *Güncel olarak tarım ilçesi olduğundan dolayı tarımsal sulama faaliyet alanımız. Üretime teşvik için faaliyetlerimiz oluyor. Aslında ihtiyaç olan her şey faaliyet alanımıza girmekte. Deprem zamanında birçok şey tecrübe ettik hala da depremedelere yardımlarımız onlara yönelik faaliyetlerimiz devam etmekte.*
- K4: *Sportif faaliyetler, psikolog yani danışmanlık, Gıda takviyesi, tarım sulama, fide üretimi. Tarım ilçesi olduğundan ötürü üretim süreçleri takip edilerek bu alanda da faaliyetler ve projeler üretiliyor.*
- K1: *Doğal afetlerde, tüm ihtiyaç sahiplerine yönelik gerçekleştiriyoruz. Yaşlı, genç, çocuklara yönelik kıyafet yardımları yapılmakta.*

6. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Çalışmanın araştırma sorusunu belirlemeden önce yapılan alan yazın taramasında bu kavram özelinde belediye çalışanlarına yönelik yapılan bir çalışma ile karşılaşılmamıştır. Bu noktadan hareketle araştırma kapsamında ulaşılan sonuçların alan yazına yeni bir bakış açısı kazandıracağı düşünülmektedir.

Görüşme sonrası yapılan analizlerin sonuçlarına istinaden çalışmaya dahil edilen bireylerin sosyal sorumluluğun bilincinde oldukları, bu konuya hakimiyetlerinin olduğu ve kendilerince olumlu düşünceler içinde oldukları sonucuna varılmıştır. Katılımcılar ayrıca belediyeler açısından da KSS faaliyetlerinin önemli olduğu konusunda hemfikir olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcılar vizyon, itibar ve markalaşmaya fayda sağladığı görüşünü ifade etmişlerdir. Alan yazın tarandığında, Gülmez ve İnan (2020) çalışmalarında itibara değinerek, kurumsal sosyal sorumluluğun itibarın oluşmasında, onun sürdürülebilir olmasında ve mevcut itibarı koruma açısından önem arz ettiğini belirtmektedir. Bir başka çalışmada ise kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ile kurumsal itibarın pozitif yönlü bir ilişkisi olduğu bulgusuna varılmış olup söz konusu çalışmada sosyal sorumluluk bilincinde olan ve bu doğrultuda faaliyet gösteren kurumların itibarlarının bu durumdan olumlu şekilde etkilendiği ifade edilmektedir (Karatepe ve Ozan, 2017). Bu noktadan hareketle, katılımcıların görüşlerinin literatürü desteklediği görülmektedir.

Araştırmaya dahil edilen bireyler hedef kitle belirleme konusunda ayırt etmeksizin herkes için bir şeyler yaptıkları, gelen talepleri titizlikle değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Bu doğrultuda, Zengin (2018) araştırmasında, belediyenin yönetici ve çalışanlarının karar alırken halkın büyük çoğunluğunun talep ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmaları gerektiğini ifade etmektedir. Bu doğrultuda, katılımcıların hedef kitle belirlerken ayırım yapmamaları bu görüşü destekler nitelikte olduğunu göstermektedir.

Kullandıkları medya araçları kapsamında tüm sosyal medya araçlarının dışında telefon ve radyonun da kullanıldığı bulgusuna varılmıştır. Özellikle sosyal medya araçlarının kullanımı hedef kitle ile bağ kurulmasında ve farkındalığın artırılması hususunda önem teşkil ettiği belirtilmektedir (Ayaz ve İlhan, 2022). Bununla birlikte, Curley ve Noormohamed (2014) çalışmasında, sosyal medya araçlarının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile verilmek istenen mesajları vermede etkili olduğunu belirtmektedirler. Bir başka çalışmada ise Hall (2010), çalışmasında etkili bir sosyal medya kullanımı ile birlikte kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılımların da artış gösterdiği ifade edilmektedir. Diğer yandan, katılımcıların radyo kullanımının belirtmelerindeki sebep ise hedef kitlenin sadece genç kuşaklar olmadığı ve köylerde yaşayan bireyler ve yaşlıların da hedef kitleye dahil olduklarından ötürü radyonun da önemli bir araç olduğuna değinmişlerdir. Yapılan bir araştırmada sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bilgilendirilmesi amacıyla geleneksel kitle iletişim araçlarından olan televizyon, radyo, gazete vb. araçların dışında genç nüfus için sosyal mecraların da kullanılması gerektiği belirtilmektedir (Peltekoğlu ve Tozlu, 2018).

Faaliyet alanları kapsamında sorulan sorulara ise yine katılımcılar tüm ihtiyaçlılara yönelik faaliyetler gerçekleştirildiği ve dil, din, ırk ayrımı yapılmadığı görüşünü bildirmişlerdir. Bununla birlikte engellilere, gençlere, yaşlılara ve yoksullara yönelik birçok faaliyetler içinde oldukları sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonucu destekler nitelikte olarak literatürde Eraslan (2007), yaşlıların, engellilerin ve gençlerin özellikle belediyelerin sosyal sorumluluk faaliyet alanlarına dahil edilerek genişletildiğini belirtmektedir. Diğer bir çalışmada ise, belediyelerin politikaları için yoksul ve muhtaç bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması ile birlikte önemli ve etkili bir görevi yerine getirmiş olacakları belirtilmektedir (Berkün, 2017). Bu nedenle katılımcıların faaliyet alanlarına bu kesimleri dahil ettikleri ve alan yazını desteklediği görülmektedir. Bunun yanında katılımcılar ilçenin özellikleri bazında ele aldıklarında ise ilçenin tarım ilçesi olmasından dolayı tarımsal alanda birçok KSS faaliyetleri içinde buldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, katılımcıların görüşleri ışığında bazı öneriler sunmak mümkündür;

- Sosyal işlerde çalışan personel sayısının artırılması hem verimliliği hem performansı artırabilir.
- Hedef kitlelere daha iyi ve kolay ulaşmak adına tüm sosyal medya araçları kullanılmaktadır fakat web sitesinde de bu duyurular ve paylaşımlar sık sık yapılmalıdır.
- KSS faaliyet alanları belirlenirken gelen talepler dışında halka yönelik iletişim faaliyetleri bağlamında anket uygulanabilir veya sosyal medya üzerinden ne tarz faaliyetler yapılmalıdır tarzında sorularla etkileşim artırılıp, yeni fikirlere ulaşılabilir.
- KSS faaliyetlerinin dönemsel olarak belirli periyotlarda halk ile yüz yüze gerçekleştirilecek bir seminer veya konferans tarzı etkinliklerde tanıtımları ve bilgilendirmeleri yapılabilir.
- İlçede faaliyet gösteren tüm kamu kurum ve kuruluşlardan veriler toplanarak veri havuzu oluşturulup ihtiyaç sahipleri ve projeler için öncelikli alanlar daha kolay belirlenebilir.

Tüm bu ortaya çıkan araştırma bulguları ve öneriler doğrultusunda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının özel sektörün dışında yerel yönetimler içinde önemli olduğu görülmektedir. Ayrıca, analiz sonuçlarına istinaden belediye personellerinin yaptıkları iş konusunda bilinçli oldukları, KSS kavramına hakim oldukları ve gerçekleştirilen bu faaliyetleri bilinçli şekilde gerçekleştirdikleri saptanmıştır. Ayrıca çalışma özellikle belediyenin sosyal işlerinde çalışan bireylere yönelik yapıldığı için bu personellerin bilinçli olduğu takdirde projelerin de başarıyla yürütüldüğü saptanmıştır. Bu durum da literatüre katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir

Sonuç olarak analiz sonuçlarının ve belirtilen önerilerin Anamur Belediyesi'nin ilgili birimleri ile de paylaşarak yol gösterici olması açısından önem teşkil edeceği düşünülmektedir. Bu araştırma yerel yönetimlerden belediyeye uygulanmıştır. Özel sektöre veya farklı kamu kurum ve kuruluşlarının farklı birimlerindeki personellere de uygulanarak farklı tema ve kodlar ortaya çıkarılıp literatüre farklı bakış açısı kazandırılabilir.

KAYNAKÇA

Acar Şentürk, Z., & Fidan Barıtcı, Z.. (2017). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Çalışmalarında İşbirliği:" Akbank, Garanti Bankası ve Türkiye İş Bankası Üzerine Bir İnceleme". *Selçuk İletişim*, 9(4), 40-65.

- Altunay, E., Gülşin, O., & Yalçinkaya, M. (2014). Eğitim kurumlarında mobbing uygulamalarına ilişkin nitel bir araştırma. *Sakarya University Journal of Education*, 4(1), 62-80.
- Ayaz, Y. Y., & İlhan, Ç. K. Yeni Medyanın Özellikleri Çerçevesinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi Ve Sürdürülebilirliğin Instagram Özelinde İncelenmesi. *Uluslararası Halkla İlişkiler Ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 68-90.
- Balcılar, A. N., & Çınarlı, S. (2020). Türkiye’de Sosyal Belediyecilik Uygulamaları ve Bornova Belediyesi Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 122-156.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Berkün, S. (2017). TÜRKİYE’DE SOSYAL BELEDİYECİLİK ANLAYIŞI. *Şarkiyat*, 9(2), 582-598.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2009). Örneklem Yöntemleri Bilimsel Araştırma Yöntemleri Kitabı Sunusu,
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Creswell, J. W. (2002). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative. Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.
- Crowther, D., & Aras, G. (2008). *Corporate social responsibility*. Bookboon.
- Curley, C. B., & Noormohamed, N. A. (2014). Social media marketing effects on corporate social responsibility. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 12(1), 61-66.
- Davis, K. (1997). Five Propositions for Social Responsibility. Managing Corporate Social Responsibility. Editör: Archie B. Carroll) Boston: Little, Brown and Company.
- Demir, B. (2013). Kurumsal sosyal sorumluluk ve muhasebe. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 225-233.
- Eraslan Yayınoglu, P. (2007). Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler. *İstanbul, Birsen Yayınevi*.

- Ersöz, H. Y., & Ersöz, H. Y. (2007). *Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişiminde meslek ve sivil toplum kuruluşları*. İstanbul Ticaret Odası.
- Fidan, Z., & Barıtcı, F. (2017). Kamu Kurumlarında Sosyal Sorumluluk Projeleri: Nevşehir Belediyesi Örneği. *International Journal Of Social Humanities Sciences Research*, 4(11), 514-521.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B. ve Taşgın, S. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma*. Seçkin Yayıncılık.
- Güllüpunar, H. (2010). Halkla ilişkiler sosyal sorumluluk ilkesi: Kamu kuruluşları yaklaşımı bakımından Konya Büyük Şehir Belediyesi uygulama örnekleri. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 1(1).
- Gülmez, M., & Hilal, İ. N. A. N. (2020). Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi Ve Türkiye'deki Yeri Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(3), 29-48.
- Gültaş, P., & YÜCEL, M. (2015). Yeşil lojistik: yeşil ulaşım hizmetleri Malatya büyükşehir belediyesi örneği. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(2), 70-83.
- Hall, L. (2010). Tying together social media and corporate social responsibility.
- Işık, Metin, Erdem Ayhan (2007), "Meşruiyet, Demokrasi, Sosyal Sorumluluk ve Halkla İlişkiler," s. 107-118. "Tüm Yönleriyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım" içinde, (Ed: M. Işık). Eğitim Kitabevi, Konya.
- Ibrahim, N. A., Angelidis, J. P., & Howard, D. P. (2006). Corporate social responsibility: A comparative analysis of perceptions of practicing accountants and accounting students. *Journal of Business Ethics*, 66, 157-167.
- Karatepe, S., & Ozan, M. S. (2017). Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal itibar ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 8(2), 80-101.
- Keleş, S. (2008). *Türkiye'de Sosyal Belediyecilik Uygulamaları ve Ankara Büyükşehir Belediyesi Örneği* (Master's thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Makatouni, A. (2002). What motivates consumers to buy organic food in the UK? Results from a qualitative study. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 345-352.

- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of management review*, 26(1), 117-127.
- Mert, Y. L. (2018). Belediyelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği. *Journal Of International Social Research*, 11(61).
- Patton, M. Q. (2014). Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri [Qualitative research and evaluation methods] (M. Bütün & S. B. Demir, Trans.). Ankara: Pegem Akademi.
- Peltekoğlu, F. B., & Tozlu, E. (2018). Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarının dijital paydaşları; sosyal medya fenomenleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 285-299.
- Projeleri, K. K. S. S., & Belediyesi, N. (2017). Journal Of Social And Humanities Sciences Research. *Sciences*, 4(4), 514-521.
- Sezgin, Murat (2007), “Türkiye’deki Belediyelerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Bir Model Önerisi,” Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Doktora Tezi, Konya-2007.
- Sönmez, M.B. (2010). Sosyal Belediyecilik Uygulamaları: Ümraniye Belediyesi Örneği. İstanbul: Filika.
- Toprak, D., & Şataf, C. (2017). Türkiye’de sosyal belediyecilik çerçevesinde sosyal harcamalar üzerine genel bir değerlendirme. *Sayıştay Dergisi*, (106), 63-86.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yılmaz, K. ve Altınkurt, Y. (2011). Göreve Yeni Başlayan Özel Dershane Öğretmenlerinin Kurumlarındaki Çalışma Koşullarına İlişkin Görüşleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11 (2), 635-650.
- Zengin, K. (2018). Yerel Yönetimler Ve Sosyal Sorumluluk Güngören Belediyesi Kan Kardeşliği Kulübü (Kanka) Örneği. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 84-101.